



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Contables

Unidad de Posgrado

**Barreras a la exportación y el proceso de
internacionalización desde la perspectiva de las Mypes
exportadoras del sector textil de Lima Metropolitana
2006-2016**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Comercio

Internacional y Aduanas

AUTOR

Roberto MACHA HUAMÁN

ASESOR

Julio Alberto HENNINGS OTOYA

Lima, Perú

2018



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Macha, R. (2018). *Barreras a la exportación y el proceso de internacionalización desde la perspectiva de las Mypes exportadoras del sector textil de Lima Metropolitana 2006-2016*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Contables, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
UNIDAD DE POSGRADO

ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS DE
GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN COMERCIO INTERNACIONAL Y ADUANAS
N°025-VDIP-DUPG-FCC/2018

En la ciudad de Lima, a los 11 días del mes Diciembre del 2018 a las 10:30 horas, en el Salón de Grados de la Facultad de Ciencias Contables de la UNMSM, bajo la Presidencia del Dr. Segundo Eloy Granda Carazas; con la asistencia de los Miembros del Jurado: Dra. Jeri Gloria Ramón Ruffner de Vega; Dr. Julio Alberto Hennings Otoyá; Mg. Hoover Ríos Zuta; y, el Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz; el aspirante a **MAGÍSTER EN COMERCIO INTERNACIONAL Y ADUANAS**, Bach. Roberto Macha Huamán, procedió hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: **BARRERAS A LA EXPORTACIÓN Y EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS MYPES EXPORTADORAS DEL SECTOR TEXTIL DE LIMA METROPOLITANA 2006-2016**, requisito principal para optar el Grado Académico de Magíster en Comercio Internacional y Aduanas.

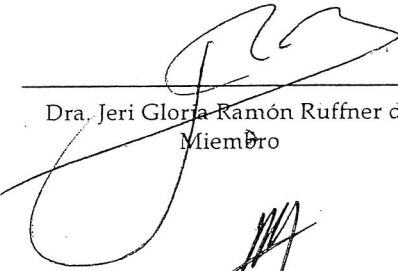
Concluida la exposición se procedió a la evaluación correspondiente, habiendo obtenido la siguiente calificación:

DE Buena (14) Dieciséis

La Ceremonia de Sustentación concluyó a horas:

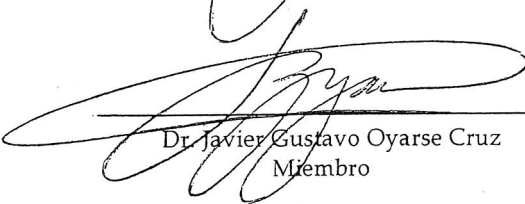
11.45 a.m


Dr. Segundo Eloy Granda Carazas
Presidente


Dra. Jeri Gloria Ramón Ruffner de Vega
Miembro


Dr. Julio Alberto Hennings Otoyá
Miembro


Mg. Hoover Ríos Zuta
Miembro


Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz
Miembro

Vista la presente Acta, el Jurado de Sustentación de Tesis, propone que la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, otorgue al Bach. Roberto Macha Huamán, el Grado Académico de Magíster en Comercio Internacional y Aduanas.

Ciudad Universitaria, 11 de Diciembre 2018


Dra. Jeri Gloria Ramón Ruffner de Vega
Directora de la Unidad de Posgrado



Dedicatoria

A mis padres, quienes con su ejemplo de trabajo y mucho sacrificio en el campo; me inculcaron que con perseverancia se logra objetivos.

A mi esposa, por apoyarme constantemente a seguir estudiando y a mis hijos quienes son los motivos que me impulsan a seguir creciendo profesionalmente.

Agradecimiento

A Dios, por guíame y ayudarme a elegir el camino correcto y estar inmerso en el mundo del Comercio Internacional.

A mi asesor de Tesis, Dr. Julio Alberto Hennings Otoyá, quien con su experiencia y sapiencia, me orientó a culminar el trabajo de investigación.

ÍNDICE

Dedicatoria	I
Agradecimiento.....	II
ÍNDICE	III
LISTA DE CUADROS.....	VII
LISTA DE GRÁFICOS	X
RESUMEN.....	XIV
ABSTRACT	XV

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN	1
1.1. Situación Problemática.....	1
1.2. Formulación del problema.....	29
<i>1.2.1 Problema General</i>	<i>29</i>
<i>1.2.2 Problemas Específicos</i>	<i>29</i>
1.3. Justificación Teórica.....	29
1.4. Justificación práctica	30
1.5. Objetivos.....	31
<i>1.5.1 Objetivo General</i>	<i>31</i>
<i>1.5.2 Objetivos Específicos</i>	<i>31</i>

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO	32
2.1. Marco Filosófico o epistemológico de la investigación.....	32
2.2. Antecedentes de investigación	32

2.3. Bases Teóricas.....	36
2.3.1 <i>Variable: Barreras funcionales (Leonidas C. Leonidou, 2004) ..</i>	36
1. <i>Recursos Humanos</i>	37
2. <i>Producción.....</i>	38
3. <i>Finanzas.....</i>	38
2.3.2 <i>Variable: Oferta Exportable (Mincetur)</i>	39
2.3.3 <i>Teoría Proceso de Internacionalización de Uppsala.....</i>	40
2.3.4 <i>Internacionalización empresarial</i>	41
2.3.5 <i>Teorías del Comercio Internacional.....</i>	43
2.3.6 <i>Barreras comerciales</i>	45
2.3.7 <i>Financiamiento del Comercio Exterior</i>	45
2.3.8 <i>Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.....</i>	46
2.3.9 <i>PBI Manufacturero</i>	52
2.3.10 <i>Empleo Manufacturero</i>	55
2.3.11 <i>Relación de Mypes exportadoras encuestadas</i>	56
2.3.12 <i>Estadística de las Mypes exportadoras encuestadas</i>	57

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA	86
3.1. Tipo y Diseño de investigación	86
3.2. Unidad de Análisis.....	87
3.3. Población y muestra de la investigación.....	87
3.4. Técnicas de recolección de datos.....	88
3.5. Análisis e interpretación de la información	88

CAPÍTULO 4

RESULTADOS Y DISCUSIÓN	89
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados	89
4.1.1. <i>Análisis descriptivo de la variable barreras funcionales</i>	<i>90</i>
1. <i>Análisis descriptivo de la dimensión recursos humanos.</i>	<i>91</i>
2. <i>Análisis descriptivo de la dimensión producción.</i>	<i>93</i>
3. <i>Análisis descriptivo de la dimensión finanzas.</i>	<i>94</i>
4.1.2. <i>Análisis descriptivo de la variable oferta exportable</i>	<i>95</i>
1. <i>Análisis descriptivo de la dimensión capacidad física.</i>	<i>97</i>
2. <i>Análisis descriptivo de la dimensión capacidad económica.</i>	<i>98</i>
3. <i>Análisis descriptivo de la dimensión capacidad financiera.</i>	<i>100</i>
4. <i>Análisis descriptivo de la dimensión capacidad de gestión.</i>	<i>101</i>
4.1.3. <i>Análisis descriptivo de la opinión de expertos</i>	<i>103</i>
1. <i>Opinión de Gustavo Trujillo sobre barreras funcionales</i>	<i>103</i>
2. <i>Opinión de Yesenia Infantes sobre barreras funcionales ..</i>	<i>105</i>
3. <i>Opinión de Gustavo Trujillo sobre oferta exportable</i>	<i>106</i>
4. <i>Opinión de Yesenia Infantes sobre oferta exportable</i>	<i>107</i>
4.1.4. <i>Análisis descriptivo por objetivos</i>	<i>108</i>
1. <i>Análisis descriptivo del primer objetivo específico</i>	<i>108</i>
2. <i>Análisis descriptivo del segundo objetivo específico.</i>	<i>110</i>
3. <i>Análisis descriptivo del tercer objetivo específico.</i>	<i>111</i>
4. <i>Análisis descriptivo del objetivo general</i>	<i>113</i>
4.2. Prueba de hipótesis	115
4.2.1. <i>Análisis inferencial</i>	<i>115</i>
4.2.2. <i>Prueba de hipótesis específica 1</i>	<i>116</i>
4.2.3. <i>Prueba de hipótesis específica 2</i>	<i>117</i>
4.2.4. <i>Prueba de hipótesis específica 3</i>	<i>118</i>
4.2.5. <i>Prueba de hipótesis general</i>	<i>119</i>
4.3. Presentación de resultados	120
CONCLUSIONES	121
RECOMENDACIONES	122

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	123
ANEXO 1	126
ANEXO 2.....	127
ANEXO 3.....	129
ANEXO 4.....	130
ANEXO 5.....	131
ANEXO 6.....	132
ANEXO 7.....	133

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1:	Relación de Mypes encuestadas para recoger información primaria.....	20
Cuadro 2:	Personal no capacitado exportaciones.....	21
Cuadro 3:	Desconocimiento de oportunidades comerciales en el extranjero.....	22
Cuadro 4:	Dificultad en el idioma para comunicarse con clientes en el extranjero.....	23
Cuadro 5:	Falta de capacidad de producción para exportación.....	24
Cuadro 6:	Dificultad en lograr estándares de calidad de productos de exportación.....	25
Cuadro 7:	Poco capital de trabajo para financiar exportaciones.....	26
Cuadro 8:	Altos costos financieros.....	27
Cuadro 9:	Falta de adecuados créditos a la exportación.....	28
Cuadro 10:	Perú: segmento empresarial formal año 2016.....	47
Cuadro 11:	Perú: Mipyme formales según rango de ventas 2016.....	48
Cuadro 12:	Perú: Mipyme formales según número de trabajadores 2016...	49
Cuadro 13:	Perú: Mipyme formales según tipo de contribuyente 2016.....	50
Cuadro 14:	Perú: Evolución de la Mipyme formal 2007-2016.....	51
Cuadro 15:	Perú: PBI Manufacturero y sus subsectores 2007-2016.....	52
Cuadro 16:	Perú: Exportaciones FOB netamente manufactureras 2007-2016.....	54
Cuadro 17:	Relación de Mypes exportadoras encuestadas....	56
Cuadro 18:	Exportaciones Tom Gutie Company SAC por país de destino (Valor FOB US\$)....	57
Cuadro 19:	Exportaciones Nakayama del Perú SAC por país de destino (Valor FOB US\$)....	59
Cuadro 20:	Exportaciones Inversiones Industriales Paracas SAC por país de destino (Valor FOB US\$)...	61
Cuadro 21:	Exportaciones Perú Étnico SAC por país de destino (Valor FOB US\$).....	63

Cuadro 22:	Exportaciones Venator SAC por país de destino (Valor FOB US\$).....	65
Cuadro 23:	Exportaciones Ablimatex Export SAC por país de destino (Valor FOB US\$)....	67
Cuadro 24:	Exportaciones Prima Eximport SAC por país de destino (Valor FOB US\$)....	69
Cuadro 25:	Exportaciones Corditex SAC por país de destino (Valor FOB US\$)....	71
Cuadro 26:	Exportaciones Cangallo y Cia. SA por país de destino (Valor FOB US\$)...	73
Cuadro 27:	Exportaciones T.J.C. Perú SA por país de destino (Valor FOB US\$)...	75
Cuadro 28:	Exportaciones Fashion Company SAC por país de destino (Valor FOB US\$)...	77
Cuadro 29:	Exportaciones Adrenalina SAC por país de destino (Valor FOB US\$)...	79
Cuadro 30:	Exportaciones Alani EIRL por país de destino (Valor FOB US\$).....	81
Cuadro 31:	Exportaciones Innova International Trading SAC por país de destino (Valor FOB US\$)....	83
Cuadro 32:	Principales mercados de destino por empresa....	85
Cuadro 33:	Estadísticos de fiabilidad.....	89
Cuadro 34:	Resumen de procesamiento de casos de fiabilidad.....	89
Cuadro 35:	Tabla de frecuencias de la variable barreras funcionales.....	90
Cuadro 36:	Tabla de frecuencias de la dimensión recursos humanos.....	91
Cuadro 37:	Tabla de frecuencias de la dimensión producción....	93
Cuadro 38:	Tabla de frecuencias de la dimensión finanzas.....	94
Cuadro 39:	Tabla de frecuencias de la variable oferta exportable.....	95
Cuadro 40:	Tabla de frecuencias de la dimensión capacidad física.....	97
Cuadro 41:	Tabla de frecuencias de la dimensión capacidad económica..	98
Cuadro 42:	Tabla de frecuencias de la dimensión capacidad financiera...	100
Cuadro 43:	Tabla de frecuencias de la dimensión capacidad de gestión..	101
Cuadro 44:	Tabla de relación entre recursos humanos y oferta exportable.....	108

Cuadro 45:	Tabla de relación entre producción y oferta exportable....	110
Cuadro 46:	Tabla de relación entre las finanzas y la oferta exportable.....	111
Cuadro 47:	Tabla de relación entre barreras funcionales y oferta exportable.....	113
Cuadro 48:	Tabla de escala de valores de coeficiente de correlación de Spearman.....	115
Cuadro 49:	Tabla de correlación Rho de Spearman: Prueba de hipótesis específica 1.....	116
Cuadro 50:	Tabla de correlación Rho de Spearman: Prueba de hipótesis específica 2.....	117
Cuadro 51:	Tabla de correlación Rho de Spearman: Prueba de hipótesis específica 3.....	118
Cuadro 52:	Tabla de correlación Rho de Spearman: Prueba de hipótesis general....	1119

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Exportaciones Peruanas.....	2
Gráfico 2:	Participación de las Exportaciones Peruanas.....	2
Gráfico 3:	Exportaciones del Sector Textil2006-2016.....	3
Gráfico 4:	Exportaciones de Prendas de Vestir y otras Confecciones... ..	4
Gráfico 5:	Participación de las Exportaciones del sector Textil... ..	4
Gráfico 6:	Principales 10 países de destino año 2006.....	5
Gráfico 7:	Principales 10 países de destino año 2007.....	6
Gráfico 8:	Principales 10 países de destino año 2008.....	7
Gráfico 9:	Principales 10 países de destino año 2009.....	8
Gráfico 10:	Principales 10 países de destino año 2010.....	9
Gráfico 11:	Principales 10 países de destino año 2011.....	10
Gráfico 12:	Principales 10 países de destino año 2012.....	11
Gráfico 13:	Principales 10 países de destino año 2013.....	12
Gráfico 14:	Principales 10 países de destino año 2014.....	13
Gráfico 15:	Principales 10 países de destino año 2015.....	14
Gráfico 16:	Principales 10 países de destino año 2016.....	15
Gráfico 17:	Personal no capacitado para exportaciones... ..	21
Gráfico 18:	Desconocimiento de oportunidades comerciales en el extranjero.....	22
Gráfico 19:	Dificultad en el idioma para comunicarse con clientes en el extranjero.....	23
Gráfico 20:	Falta de capacidad de producción para exportación.....	24
Gráfico 21:	Dificultad en lograr estándares de calidad de productos de exportación... ..	25
Gráfico 22:	Poco capital de trabajo para financiar exportaciones.....	26
Gráfico 23:	Altos costos financieros.....	27
Gráfico 24:	Falta de adecuados créditos a la exportación.....	28
Gráfico 25:	Perú: segmento empresarial formal año 2016... ..	48
Gráfico 26:	Perú: Contribución (%) de la Industria Manufacturera al PBI	52
Gráfico 27:	Perú: Evolución del PBI Manufacturero 2007-2016.... ..	53
Gráfico 28:	Perú: PEA Ocupada por sector económico 2016.....	55

Gráfico 29:	Exportaciones totales Tom Gutie Company SAC por año (Valor FOB US\$).....	57
Gráfico 30:	Participación de las exportaciones Tom Gutie Company SAC por país de destino....	58
Gráfico 31:	Exportaciones totales Nakayama del Perú SAC por año (Valor FOB US\$)...	59
Gráfico 32:	Participación de las exportaciones Nakayama del Perú SAC por país de destino...	60
Gráfico 33:	Exportaciones totales Inversiones Industriales Paracas SAC por año (Valor FOB US\$)....	61
Gráfico 34:	Participación de las exportaciones Inversiones Industriales Paracas SAC por país de destino.....	62
Gráfico 35:	Exportaciones totales Perú Étnico SAC por año (Valor FOB US\$).....	63
Gráfico 36:	Participación de las exportaciones Perú Étnico SAC por país de destino.....	64
Gráfico 37:	Exportaciones totales Venator SAC por año (Valor FOB US\$)...	65
Gráfico 38:	Participación de las exportaciones Venator SAC por país de destino....	66
Gráfico 39:	Exportaciones totales Ablimatex Export SAC por año (Valor FOB US\$).....	67
Gráfico 40:	Participación de las exportaciones Ablimatex Export SAC por país de destino....	68
Gráfico 41:	Exportaciones totales Prima Eximport SAC por año (Valor FOB US\$).....	69
Gráfico 42:	Participación de las exportaciones Prima Eximport SAC por país de destino.....	70
Gráfico 43:	Exportaciones totales Corditex SAC por año (Valor FOB US\$).....	71
Gráfico 44:	Participación de las exportaciones Corditex SAC por país de destino.....	72

Gráfico 45:	Exportaciones totales Cangallo y Cia. SA por año (Valor FOB US\$).....	73
Gráfico 46:	Participación de las exportaciones Cangallo y Cia. SA por país de destino.....	74
Gráfico 47:	Exportaciones totales T.J.C. Perú SA por año (Valor FOB US\$).....	75
Gráfico 48:	Participación de las exportaciones T.J.C. Perú SA por país de destino.....	76
Gráfico 49:	Exportaciones totales Fashion Company SAC por año (Valor FOB US\$).....	77
Gráfico 50:	Participación de las exportaciones Fashion Company SAC por país de destino.....	78
Gráfico 51:	Exportaciones totales Adrenalina SAC por año (Valor FOB US\$).....	79
Gráfico 52:	Participación de las exportaciones Adrenalina SAC por país de destino.....	80
Gráfico 53:	Exportaciones totales Alani EIRL por año (Valor FOB US\$).....	81
Gráfico 54:	Participación de las exportaciones Alani EIRL por país de destino.....	82
Gráfico 55:	Exportaciones totales Innova International Trading SAC por año (Valor FOB US\$).....	83
Gráfico 56:	Participación de las exportaciones Innova International Trading SAC por país de destino.....	84
Gráfico 57:	Variable barreras funcionales.....	90
Gráfico 58:	Dimensión recursos humanos.....	92
Gráfico 59:	Dimensión producción.....	93
Gráfico 60:	Dimensión finanzas.....	94
Gráfico 61:	Variable oferta exportable.....	96
Gráfico 62:	Dimensión capacidad física.....	97
Gráfico 63:	Dimensión capacidad económica.....	99
Gráfico 64:	Dimensión capacidad financiera.....	100
Gráfico 65:	Dimensión capacidad de gestión.....	102
Gráfico 66:	Relación entre recursos humanos y oferta exportable.....	109

Gráfico 67:	Relación entre producción y oferta exportable.....	110
Gráfico 68:	Relación entre las finanzas y la oferta exportable.....	112
Gráfico 69:	Relación entre barreras funcionales y oferta exportable.....	113

ANEXOS

Anexo N° 1	Solicitud de validación de instrumentos.....	126
Anexo N° 2	Matriz de consistencia.....	127
Anexo N° 3	Validación de instrumento variable barreras funcionales.....	129
Anexo N° 4	Validación de instrumento variable oferta exportable.....	130
Anexo N° 5	Cuestionario barreras funcionales... ..	131
Anexo N° 6	Cuestionario oferta exportable... ..	132
Anexo N° 7	Cuestionario opinión de expertos... ..	133

RESUMEN

La presente investigación titulada “Barreras a la exportación y el proceso de internacionalización desde la perspectiva de las Mypes exportadoras del sector Textil de Lima Metropolitana 2006-2016”, tiene como objetivo determinar de qué manera las barreras funcionales que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable. Las barreras funcionales que se identificaron de acuerdo al marco teórico son: “Recursos Humanos”, “Producción” y “Finanzas”, y de qué manera estas influyen en la oferta exportable y por tanto en el proceso de internacionalización.

La presente investigación está definida bajo el enfoque cuantitativo, tipo descriptivo y correlacional, con un diseño no experimental. De acuerdo a la población y muestra no probabilística o dirigida, está conformada por catorce Mypes exportadoras del sector Textil confecciones, que han exportado entre los años 2006-2016, habiéndose encontrado en el proceso de internacionalización por un periodo no menor a cinco años de experiencia exportadora.

De los resultados de la investigación se concluye; que las deficiencias de las distintas funciones de la empresa, como son las áreas de recursos humanos, producción y finanzas, generan limitaciones en el 50% de las Mypes exportadoras, convirtiéndose en barreras funcionales que afectan a la oferta exportable; mientras que el 50% restante, cuenta con pocas limitaciones superando las barreras funcionales y obteniendo mejores resultados en su oferta exportable. En tal sentido, de acuerdo al coeficiente de correlación de Rho de Spearman que analiza la correlación y el nivel de significancia entre las dos variables, se demuestra que las barreras funcionales que enfrentan las Mypes exportadoras del sector Textil confecciones, influyen negativamente en la oferta exportable y por tanto en el proceso de internacionalización.

Palabras clave:

Barreras funcionales, Oferta exportable, Proceso de Internacionalización.

ABSTRACT

The present research entitled "Barriers to export and the process of internationalization from the perspective of the Mypes exporters of the textile sector of Metropolitan Lima 2006-2016", aims to determine how the functional barriers facing Mypes of the textile sector, reduce the exportable offer. The functional barriers that were identified according to the theoretical framework are: "Human Resources", "Production" and "Finance", and in which way they are influencing the exportable offer and therefore in the internationalization process.

The present investigation is defined under the quantitative approach, descriptive and correlational type, with a non-experimental design. According to the population and non-probabilistic or targeted sample, it is made up of fourteen Mypes exporters of the textile sector, who have exported between 2006-2016, being in the process of internationalization for a period not less than five years of export experience.

The results of the investigation are concluded; the deficiencies of the different functions of the company, such as the areas of human resources, production and finance, generate limitations in 50% of the export Mypes, becoming functional barriers that affect the exportable offer; while in the remaining 50%, they have few limitations overcoming the functional barriers and obtaining better results in their exportable offer. In this sense, according to the Rho of Spearman correlation coefficient that analyzes the correlation and the level of significance between the two variables, it is shown that the functional barriers faced by Mypes exporters of the textile sector make a negative impact on the exportable offer and both in the process of internationalization.

Key words:

Functional barriers, Exportable offer, Internationalization Process

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1. Situación Problemática

De acuerdo a las estadísticas de las exportaciones peruanas, registrado por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), están segmentadas en Tradicionales y No Tradicionales.

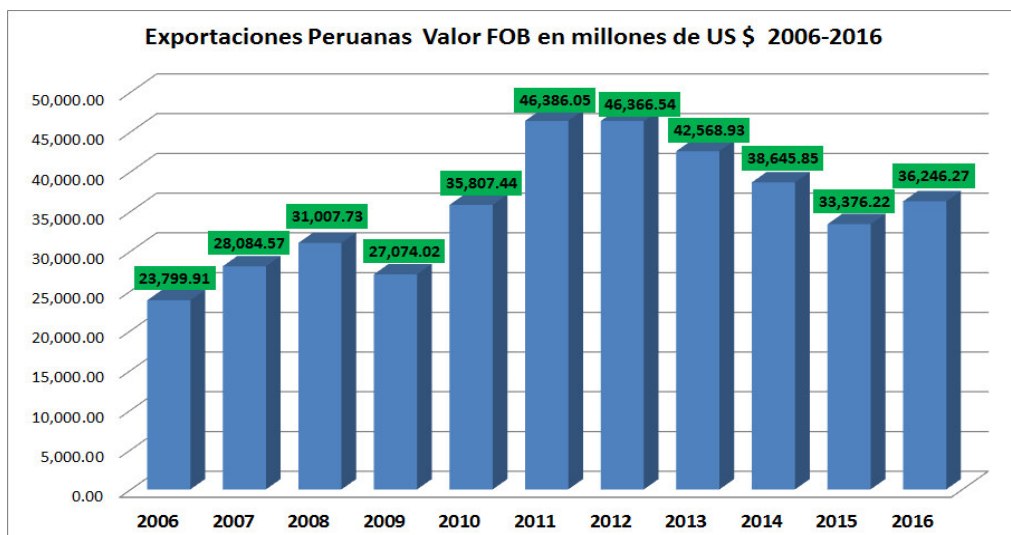
El porcentaje de participación de las exportaciones tradicionales, respecto a las exportaciones peruanas en el periodo 2006-2016 pasó de 77.4% en 2006 a 70% en 2016, esta caída en la participación se debió principalmente por el aumento de las exportaciones no tradicionales, sin embargo, aún continúan con una participación promedio de 75% en estos 11 años. Cabe destacar que del 75% del promedio de participación, el 58% corresponde a las exportaciones del sector minero, quiere decir que las exportaciones peruanas depende mucho del sector minero, razón por la cual que cuando disminuye el precio internacional de los minerales afecta directamente a las exportaciones disminuyendo el valor FOB exportado.

Considerando la importancia de las exportaciones no tradicionales por su valor agregado, trabajadas principalmente por las Micro, Pequeñas y Medianas empresas manufactureras, de los sectores Agropecuario, Textil, Pesquero, Químico, Metal-mecánica, Sidero-metalúrgico, Minería no metálica, Artesanías, Maderas y Papeles, Piel y cueros, etc., son las que generan mayor empleo en el Perú.

El porcentaje de participación de las exportaciones no tradicionales, respecto a las exportaciones peruanas entre los años 2006-2016 pasó de 22.2% en 2006 a 29.8% en 2016, este incremento se debió principalmente por el

aumento en las exportaciones del sector Agropecuario que paso de 5.1% en 2006 a 13% en 2016. Sin embargo, aún continúan con una participación promedio de 25% en estos 11 años, la cual nos muestra que el Perú tiene que mejorar e incrementar las exportaciones no tradicionales.

Gráfico 1: Exportaciones Peruanas



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 2: Participación de las Exportaciones Peruanas

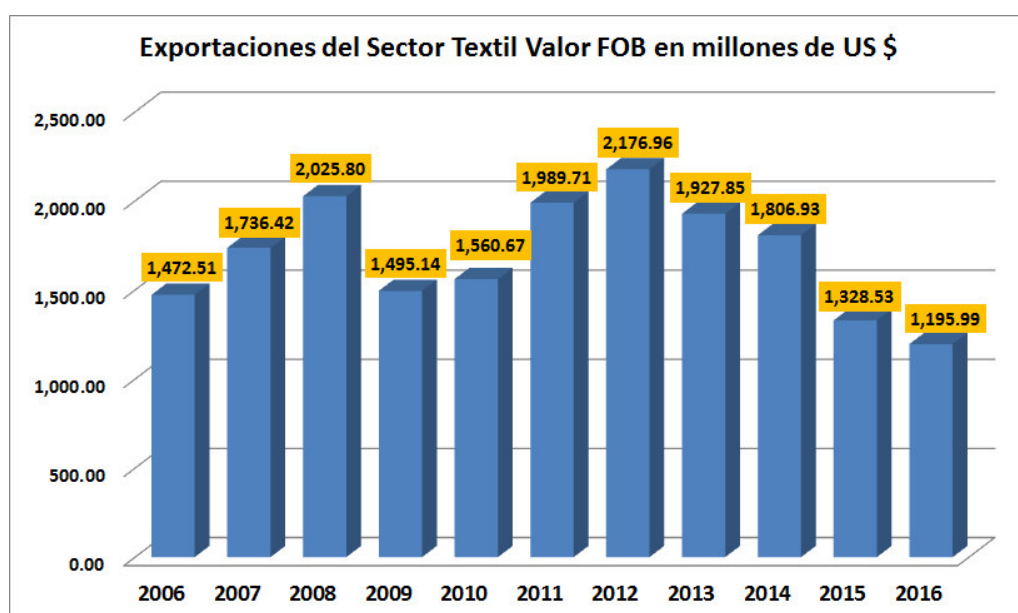


Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La participación de las exportaciones del sector Textil con respecto a las exportaciones totales, disminuyó notablemente de 6.2% en 2006 a 3.3% en 2016. Asimismo, con respecto a las exportaciones no tradicionales entre los años 2006-2016 paso de 27.9% en 2006 a 11.1% en 2016. Cabe destacar que siendo el sector Textil uno de los más importantes de las exportaciones no tradicionales, haya perdido participación en el mercado internacional en estos últimos 11 años.

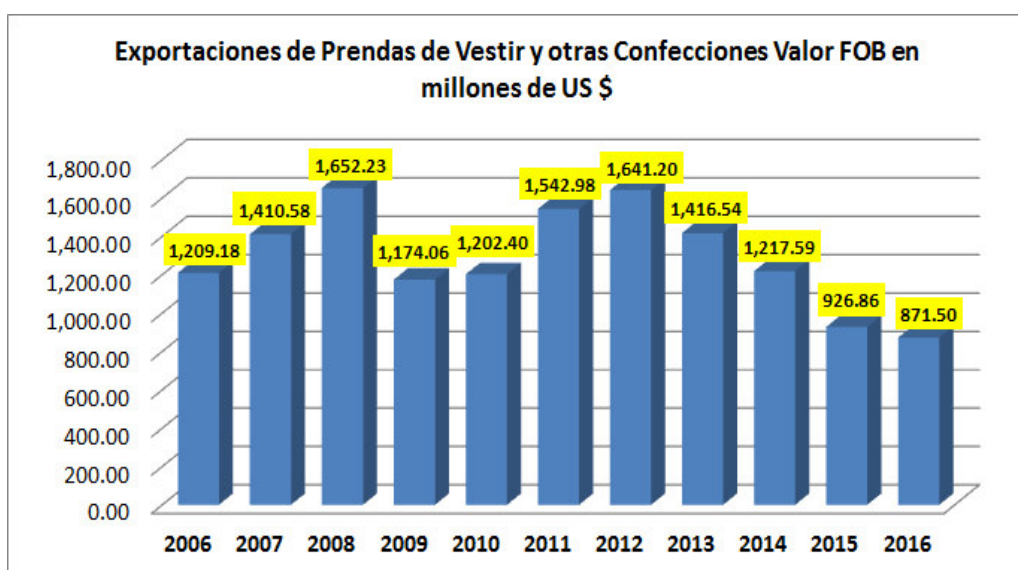
Gráfico 3: Exportaciones del Sector Textil 2006-2016



Elaboración. Propia

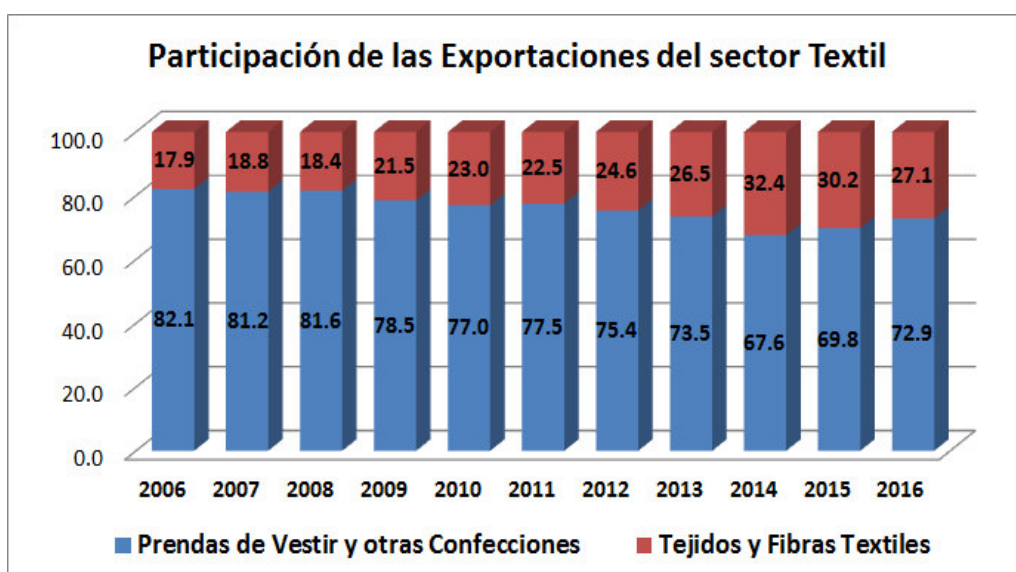
Fuente. Datos tomados de SUNAT

Las exportaciones del sector Textil están conformadas por: 1) prendas de vestir y confecciones, y 2) tejidos y fibras textiles. Asimismo, la participación de las prendas de vestir y confecciones con respecto a las exportaciones totales del sector Textil disminuyó notablemente de 82.1% en 2006 a 72.9% en 2016. Cabe destacar que de todo el sector Textil, el sub sector prendas de vestir y confecciones, son las más afectadas porque en este periodo tuvo una reducción de 9.2% en su participación. En tal sentido, la investigación se enfoca en la problemática de las exportaciones de las prendas de vestir y confecciones.

Gráfico 4: Exportaciones de Prendas de Vestir y otras Confecciones

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados del BCRP

Gráfico 5: Participación de las Exportaciones del sector Textil

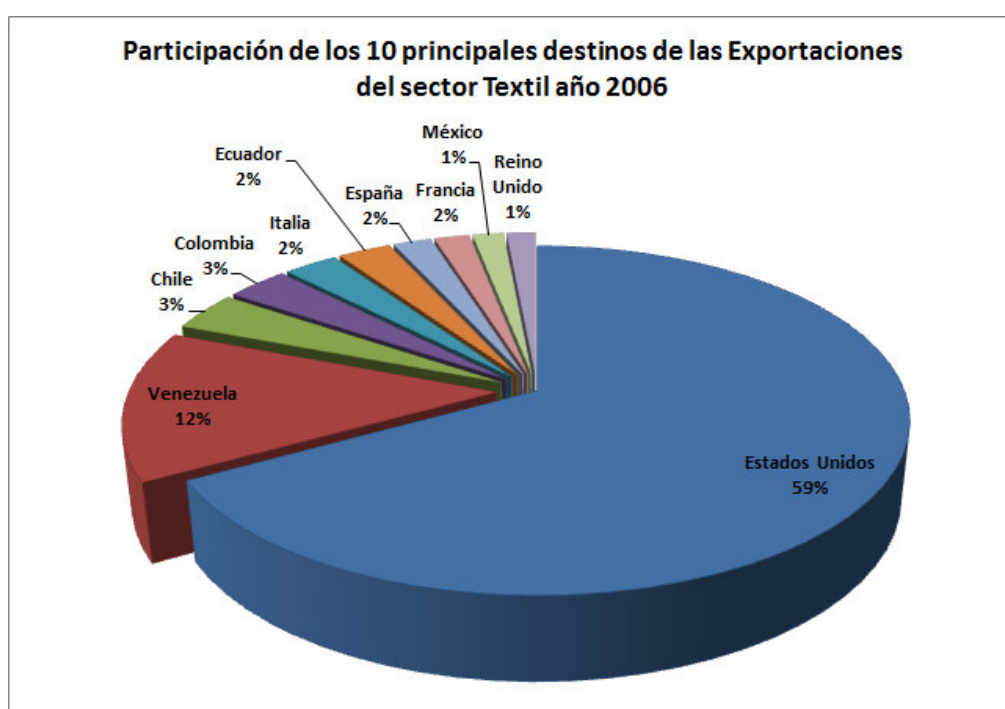
Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados del BCRP

El año 2006, las exportaciones del sector Textil sumaron US\$ 1,473 millones, creciendo el 15.48% respecto al año 2005, monto que representó el 28% de las exportaciones no tradicionales. Por su parte las exportaciones de prendas de vestir y confecciones sumaron US\$ 1,209 millones, monto que representó el 82.1% de las exportaciones totales del sector Textil.

Asimismo, los principales 10 destinos representaron el 87% de las exportaciones totales del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (59%), Venezuela (12%), Chile (3%), Colombia (3%), Italia (2%), Ecuador (2%), España (2%), Francia (2%), México (1%), y Reino Unido (1%), cabe destacar que sólo los 2 primeros países de destino representaban el 73%.

Gráfico 6: Principales 10 países de destino año 2006



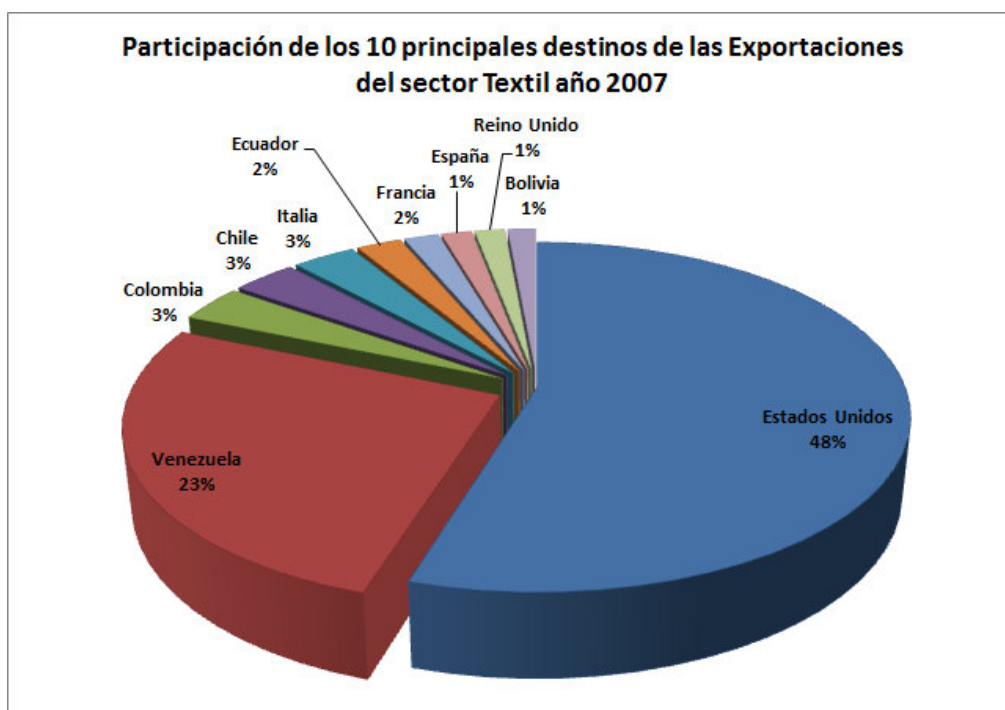
Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SIICEX

El año 2007, las exportaciones del sector Textil siguió en aumento a US\$ 1,736 millones, creciendo el 17.92% respecto al año 2006, monto que representó el 27% de las exportaciones no tradicionales. Por su parte las exportaciones de prendas de vestir y confecciones sumaron US\$ 1,411 millones, con un crecimiento de 16.7% respecto al año anterior, monto que representó el 81% de las exportaciones totales del sector Textil.

Asimismo, los principales 10 destinos representaron el 87% de las exportaciones totales del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (48%), Venezuela (23%), Colombia (3%), Chile (3%), Italia (3%), Ecuador (2%), Francia (2%), España (1%), Reino Unido (1%) y Bolivia (1%), cabe destacar que Venezuela incrementó su participación de 12% en 2006 a 23% en 2007, de igual forma la participación de estos 2 principales países representan el 71%.

Gráfico 7: Principales 10 países de destino año 2007



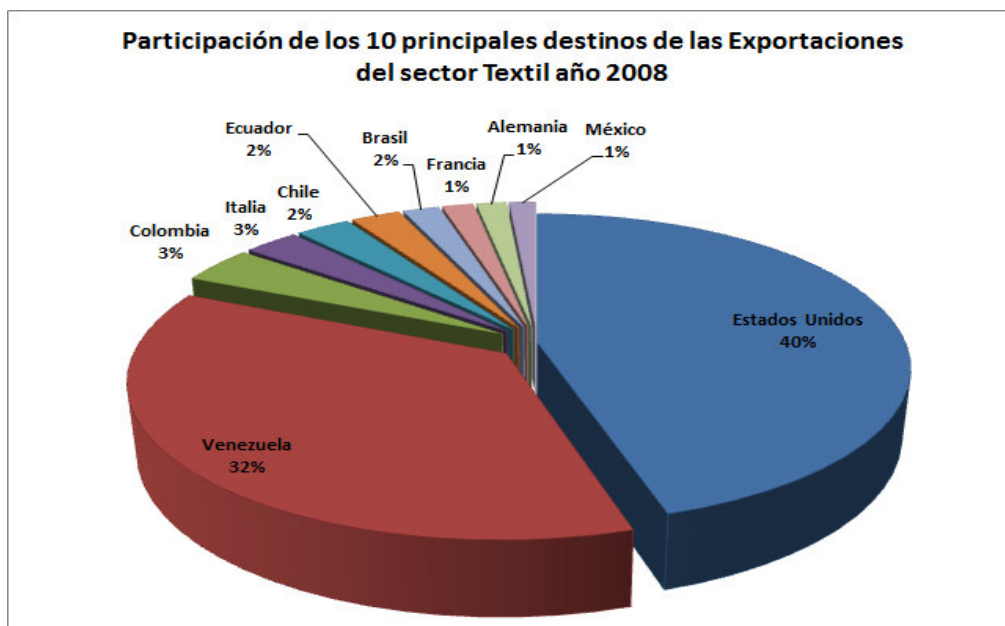
Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SIICEX

El año 2008, las exportaciones del sector Textil ascendió a US\$ 2,026 millones, creciendo el 16.7% respecto al año 2007, monto que representó el 27% de las exportaciones no tradicionales. Por su parte las exportaciones de prendas de vestir y confecciones sumaron US\$ 1,652 millones, con un crecimiento de 17.1% respecto al año 2007, monto que representó el 82% de las exportaciones totales del sector Textil.

Asimismo, los principales 10 destinos representaron el 87% de las exportaciones totales del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (40%), Venezuela (32%), Colombia (3%), Italia (3%), Chile (2%), Ecuador (2%), Brasil (2%), Francia (1%), Alemania (1%) y México (1%), cabe destacar que Venezuela continuó incrementando su participación, mientras que Estados Unidos redujo su participación de 59% en 2006 a 40% en 2008, de la misma forma la participación de ambos países representan el 72%.

Gráfico 8: Principales 10 países de destino año 2008



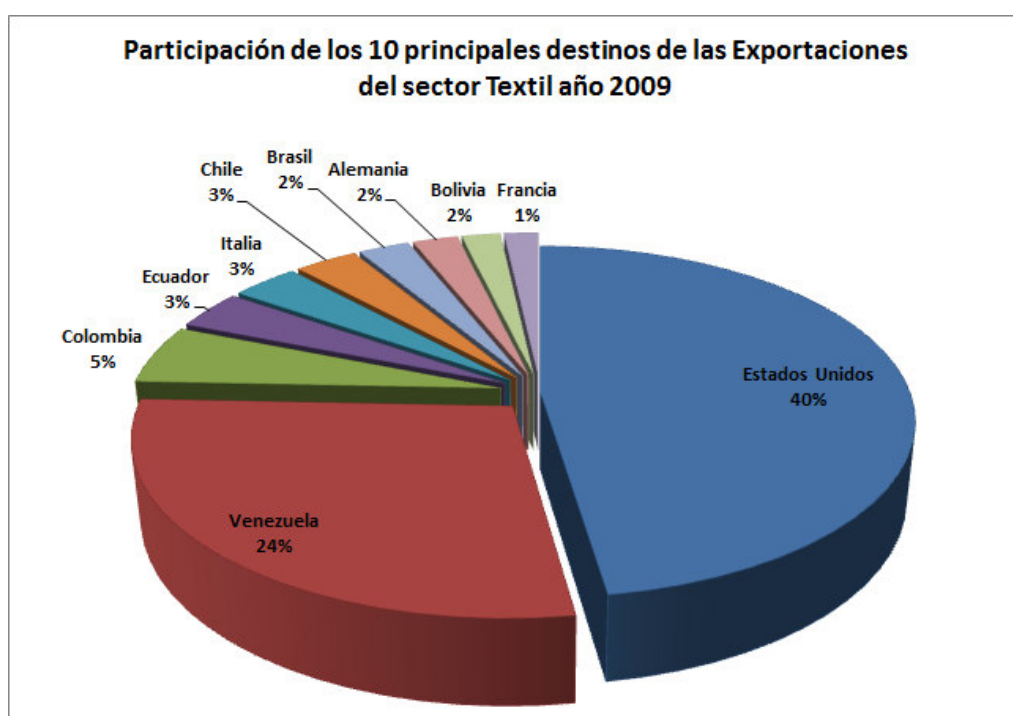
Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SIICEX

El año 2009, las exportaciones del sector Textil sufrió una disminución llegando a US\$ 1,495 millones, con una reducción de 26.20% respecto al año 2008, monto que representó el 24% de las exportaciones no tradicionales. Por su parte las exportaciones de prendas de vestir y confecciones sumaron US\$ 1,174 millones, con una disminución de 28.9% respecto al año anterior, monto que representó el 79% de las exportaciones totales del sector Textil. Cabe mencionar que esta caída se debió principalmente por el efecto de la crisis inmobiliaria que se generó en Estados Unidos.

Asimismo, los principales 10 destinos representaron el 84% de las exportaciones del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (40%), Venezuela (24%), Colombia (5%), Ecuador (3%), Italia (3%), Chile (3%), Brasil (2%), Alemania (1%), Bolivia (2%) y Francia (1%), cabe destacar que Venezuela redujo su participación de 32% en 2008 a 24% en 2009, por su parte Estados Unidos mantuvo su participación, de la misma forma la participación de ambos países representaban el 64%.

Gráfico 9: Principales 10 países de destino año 2009



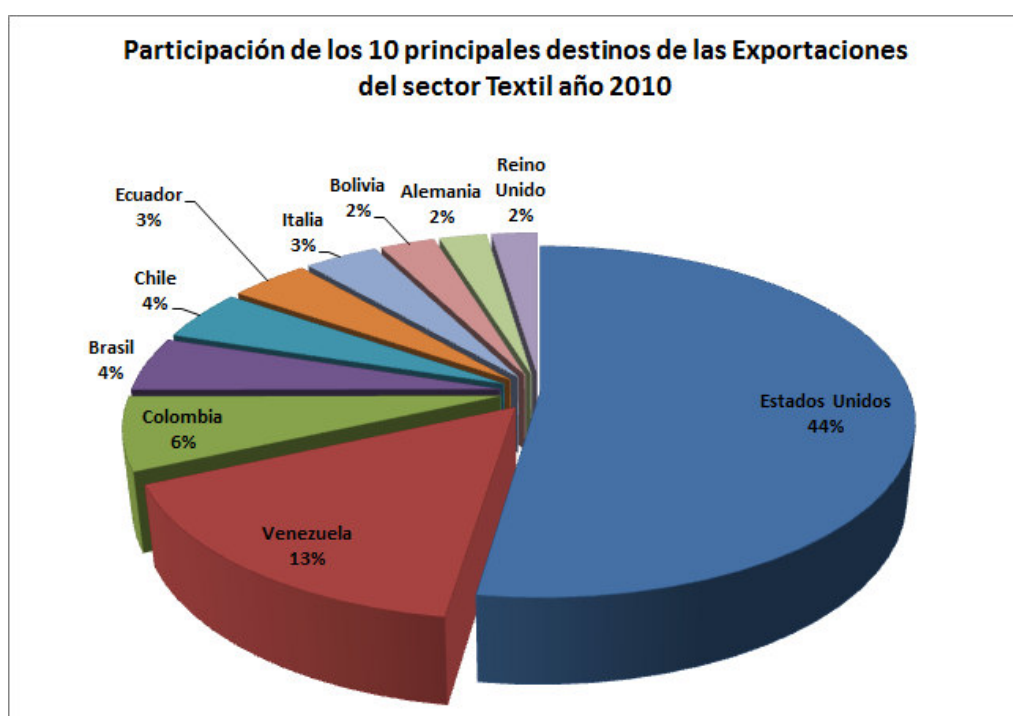
Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SIICEX

El año 2010, las exportaciones del sector Textil sumaron US\$ 1,561 millones, registrando un leve crecimiento de 4.38% con respecto al año 2009, monto que representó el 20% de las exportaciones no tradicionales. Por su parte las exportaciones de prendas de vestir y confecciones sumaron US\$ 1,202 millones, creciendo levemente en 2.4% respecto al año anterior, monto que representó el 77% de las exportaciones totales del sector Textil.

Asimismo, los principales 10 destinos representaron el 82% de las exportaciones totales del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (44%), Venezuela (13%), Colombia (6%), Brasil (4%), Chile (4%), Ecuador (3%), Italia (3%), Bolivia (2%), Alemania (2%), y Reino Unido (2%), cabe destacar que Venezuela redujo su participación de 24% en 2009 a 13% en 2010, por su parte Estados Unidos incrementó su participación, de la misma forma la participación de ambos países representaban el 57%.

Gráfico 10: Principales 10 países de destino año 2010



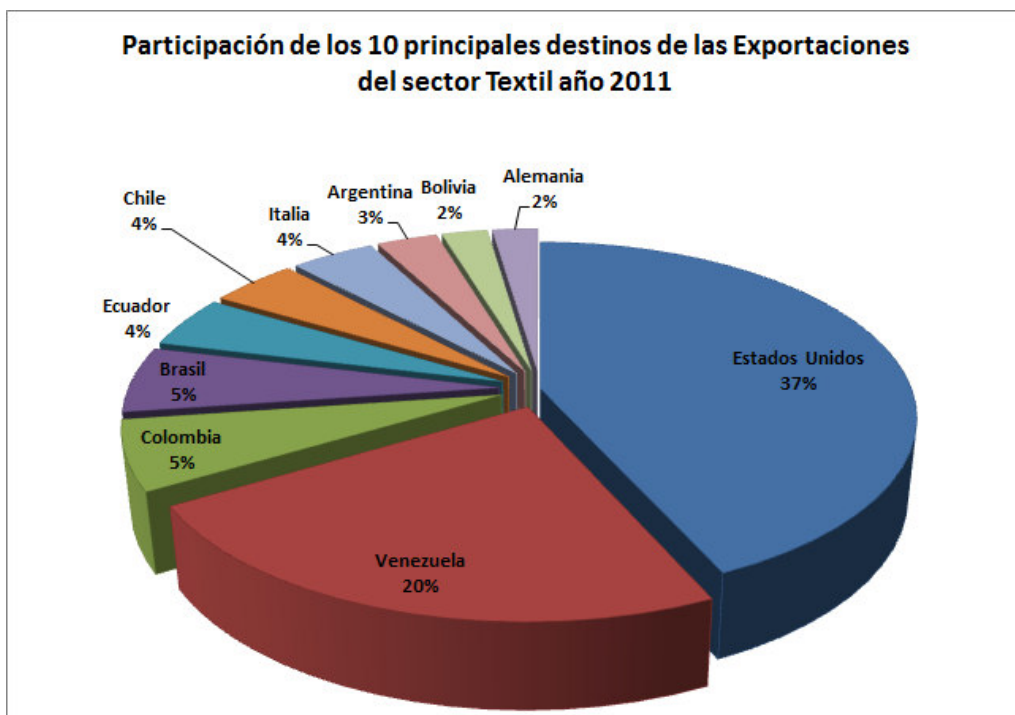
Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SIICEX

El año 2011, las exportaciones del sector Textil sumaron US\$ 1,990 millones, registrando un crecimiento de 27.5% respecto al año 2010, monto que el 20% de las exportaciones no tradicionales. Por su parte las exportaciones de prendas de vestir y confecciones sumaron US\$ 1,543 millones, registrando un crecimiento de 28.3% respecto al año anterior, monto que representó el 78% de las exportaciones totales del sector Textil.

Asimismo, los principales 10 destinos representaron el 84% de las exportaciones totales del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (37%), Venezuela (20%), Colombia (5%), Brasil (5%), Ecuador (4%), Chile (4%), Italia (4%), Argentina (3%), Bolivia (2%) y Alemania (2%), cabe destacar que Venezuela incrementó su participación de 13% en 2010 a 20% en 2011, por su parte Estados Unidos disminuyó su participación de 44% en 2010 a 37% en 2011, de la misma forma la participación de ambos países representaban el 57%.

Gráfico 11: Principales 10 países de destino año 2011



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SIICEX

El año 2012, las exportaciones del sector Textil sumaron US\$ 2,177 millones, registrando un crecimiento de 9.41% respecto al año 2011, monto que representó el 19% de las exportaciones no tradicionales. Por su parte las exportaciones de prendas de vestir y confecciones sumaron US\$ 1,641 millones, creciendo levemente en 6.4% respecto al año 2011, monto que representó el 75% de las exportaciones totales del sector Textil.

Asimismo, los principales 10 destinos representaron el 86% de las exportaciones totales del sector Textil, los cuales estaban conformados por Venezuela (33%), Estados Unidos (30%), Brasil (5%), Ecuador (5%), Colombia (4%), Chile (4%), Italia (3%), Bolivia (2%), Argentina (2%), y Alemania (2%), cabe destacar que por primera vez en estos 11 años Venezuela se situó en el primer país de destino con mayor participación, por su parte Estados Unidos ocupó el segundo lugar, de igual forma la participación de ambos países representaban el 63%.

Gráfico 12: Principales 10 países de destino año 2012



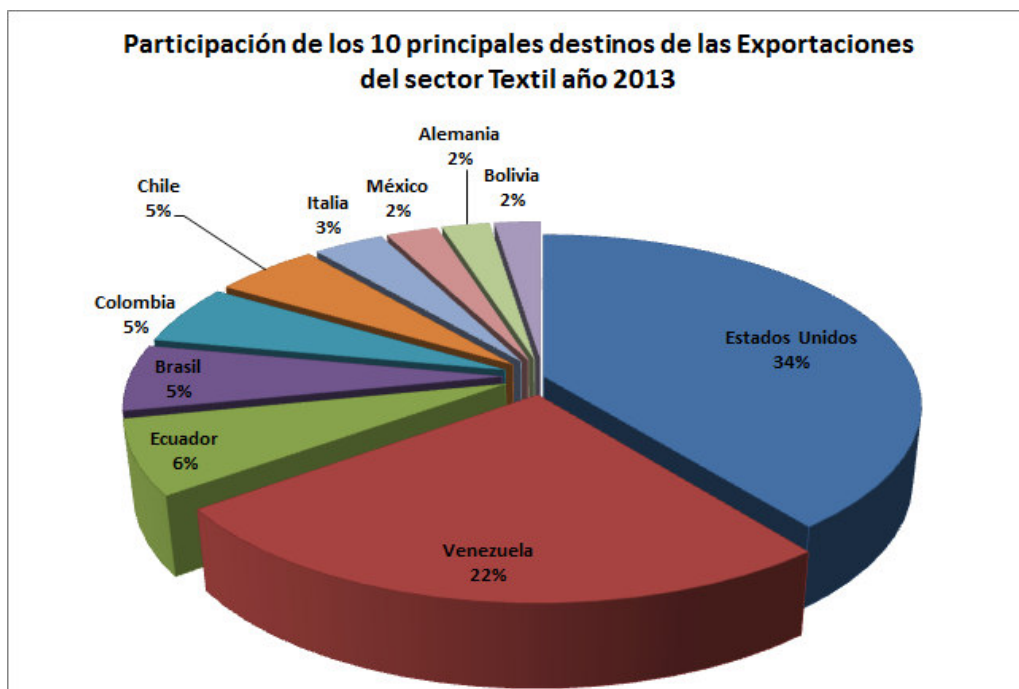
Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SIICEX

El año 2013 las exportaciones del sector Textil descendieron a US\$ 1,928 millones, registrando una contracción de 11.44% respecto al año 2012, monto que representó el 17% de las exportaciones no tradicionales, esta disminución se debió principalmente por el impacto de la crisis en la Unión Europea y el leve crecimiento económico de China, principales socios comerciales del Perú. Por su parte las exportaciones de prendas de vestir y confecciones también descendieron a US\$ 1,417 millones, registrando una disminución de 13.7% respecto al año anterior, monto que representó el 73% de las exportaciones totales del sector Textil.

Asimismo, los principales 10 destinos representaron el 84% de las exportaciones totales del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (34%), Venezuela (22%), Ecuador (6%), Brasil (5%), Colombia (5%), Chile (5%), Italia (3%), México (2%), Alemania (2%), y Bolivia (2%), cabe destacar que Venezuela redujo su participación de 33% en 2012 a 22% en 2013, por su parte Estados Unidos recuperó el primer puesto con 34% de participación, de igual forma la participación de ambos países representaban el 56%.

Gráfico 13: Principales 10 países de destino año 2013



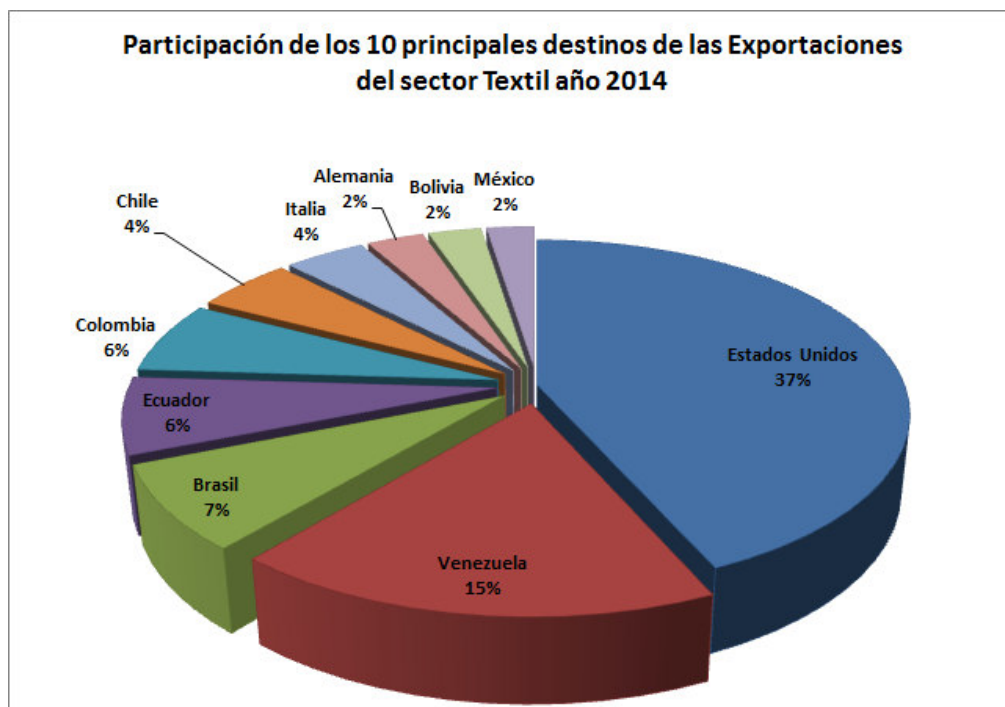
Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SIICEX

El año 2014, las exportaciones del sector Textil continuó disminuyendo por segundo año consecutivo, registrando US\$ 1,807 millones, con una disminución de 6.27% respecto al año 2013, monto que representó el 15% de las exportaciones no tradicionales. Por su parte las exportaciones de prendas de vestir y confecciones sumaron US\$ 1,218 millones, con una disminución consecutiva de 14% respecto al año anterior, monto que representó el 68% de las exportaciones totales del sector Textil.

Asimismo, los principales 10 destinos representaron el 83% de las exportaciones totales del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (37%), Venezuela (15%), Brasil (7%), Ecuador (6%), Colombia (6%), Chile (4%), Italia (4%), Alemania (2%), Bolivia (2%), y México (2%), cabe destacar que Venezuela continuó reduciendo su participación de 22% en 2013 a 15% en 2014, por su parte Estados Unidos recuperó incrementó a 37% de participación, de igual forma la participación de ambos países representaban el 52%.

Gráfico 14: Principales 10 países de destino año 2014



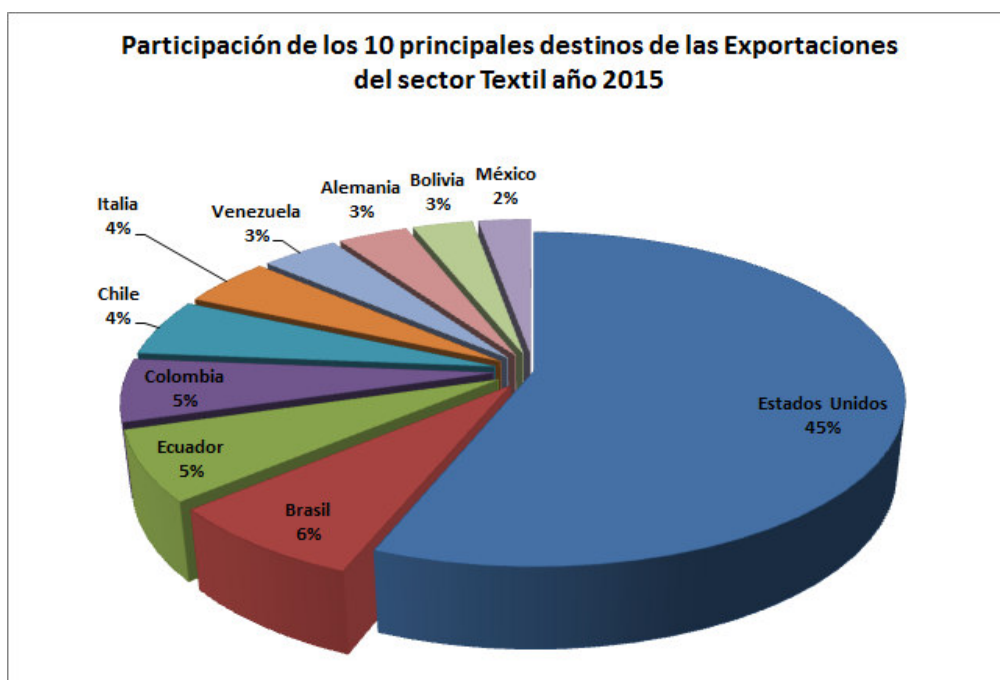
Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SIICEX

El año 2015 las exportaciones del sector Textil que representó el 12% de las exportaciones no tradicionales, sumó US\$ 1,329 millones, registrando una disminución de 26.5% respecto al año 2014. Por su parte las exportaciones de prendas de vestir y confecciones descendió a US\$ 927 millones, con una disminución de 23.9% respecto al año anterior, monto que representó el 70% de las exportaciones totales del sector Textil.

Asimismo, los principales 10 destinos representaron el 79% de las exportaciones totales del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (45%), Brasil (6%), Ecuador (5%), Colombia (5%), Chile (4%), Italia (4%), Venezuela (3%), Alemania (3%), Bolivia (3%), y México (2%), cabe destacar que Estados Unidos continuó recuperándose, mientras que Venezuela bajó al puesto 7 con una participación de 3%, debido a los problemas económicos del país, asimismo, la participación se incrementa en los demás países como Brasil, Ecuador, Colombia y Chile. De igual forma la participación de los 2 primeros países supera el 50% de participación.

Gráfico 15: Principales 10 países de destino año 2015



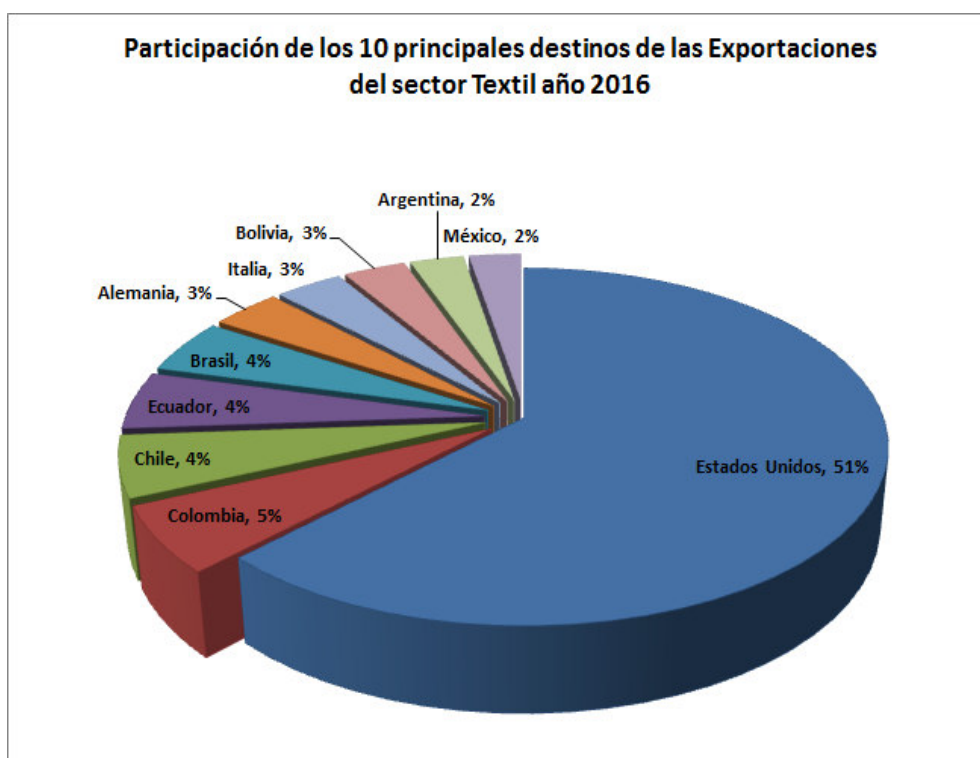
Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SIICEX

Finalmente, el año 2016 las exportaciones del sector Textil que representó el 11.1% de las exportaciones no tradicionales, sumó US\$ 1,195 millones, registrando una disminución de 10.2% respecto al año 2015. Por su parte las exportaciones de prendas de vestir y confecciones descendieron a US\$ 871 millones, con una disminución de 6% respecto al año anterior, montó que representó el 73% de las exportaciones totales del sector Textil.

Asimismo, los principales 10 destinos representaron el 81% de las exportaciones totales del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (51%), Colombia (5%), Chile (4%), Ecuador (4%), Brasil (4%), Alemania (3%), Italia (3%), Bolivia (3%), Argentina (2%), y México (2%), cabe destacar que Estados Unidos continuó recuperándose, mientras que Venezuela por primera vez no se encuentra dentro de los 10 principales destinos de las exportaciones del sector textil, asimismo, la participación se incrementa en los demás países como Colombia, Chile, Ecuador y Brasil. De igual forma la participación de los 2 primeros países supera el 50% de participación.

Gráfico 16: Principales 10 países de destino año 2016



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SIICEX

De acuerdo al Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX, 2003-2013), mencionados en el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX, 2025), del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), se obtuvieron los principales logros:

El desarrollo de la oferta exportable con más de 90 productos a nivel nacional, dentro de ellos se encuentra el sector Textil, fueron priorizados, brindando soporte y asistencia técnica directa a asociaciones vinculadas a estas cadenas en diferentes regiones del país. (PENX, 2025, p.43).

Al respecto, las estadísticas nos muestran que las exportaciones del sector Textil confecciones ha perdido competitividad en el mercado internacional, debido a que el año 2006 se exportó US\$ 1,209 millones y el año 2016 sólo se exportó US\$ 871 millones, con una reducción de 27.9% en el valor exportado. Esto nos muestra claramente que falta mucho por desarrollar la oferta exportable de este sector.

Desarrollo de mercador con la firma de los 17 Acuerdos Comerciales o Tratados de Libre Comercio y una red de 36 Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX) dependientes de MINCETUR, cuyo objetivo principal es la apertura y consolidación de mercados de destino, así como la promoción de la oferta exportable y la captación de inversiones. (PENX, 2025, p.43).

Si bien es cierto, la vigencia de los Tratados de Libre Comercio empezaron el año 2009 con el Tratado de Libre Comercio Perú-EE.UU, se observa que nuestra oferta exportable se encuentra poco diversificada, porque el año 2006 nuestros principales 10 países de destino representaban el 87% de las exportaciones del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (59%), Venezuela (12%), Chile (3%), Colombia (3%), Italia (2%), Ecuador (2%), España (2%), Francia (2%), México (1%), y Reino Unido (1%).

Sin embargo, el año 2016 nuestros principales 10 países de destino representaron el 81% de las exportaciones del sector Textil, los cuales estaban conformados por Estados Unidos (51%), Colombia (5%), Chile (4%), Ecuador (4%), Brasil (4%), Alemania (3%), Italia (3%), Bolivia (3%), Argentina (2%), y México (2%). Cabe resaltar que en estos 11 años, Estados Unidos sigue siendo nuestro principal comprador con más del 50% y de los 10 países de destino del año 2006, 06 países continúan estando dentro de los 10 principales países de destino el año 2016. Si bien es cierto, se ha firmado Tratados de Libre Comercio y Acuerdos Comerciales con la finalidad de diversificar mercados, sin embargo en este sector, falta mucho por trabajar.

Facilitación del comercio con la implementación de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), reduciendo procedimientos administrativos y además se facilitó el acceso al financiamiento al comercio exterior por parte de las Pymes mediante la mejora y desarrollo de productos financieros como el Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) y el Seguro de Crédito a la Exportación para las Pymes (SEPYMEX). (PENX, 2025, p.43).

A pesar que el gobierno da facilidades mediante la implementación de VUCE y acceso al financiamiento, las Mypes no acceden a estas facilidades porque el gobierno les pide que tengan oferta exportable.

Desarrollo de una cultura exportadora con implementación de políticas y estrategias para promover y fomentar una cultura exportadora a nivel nacional desarrollando servicios de información, brindando capacitación y asistencia técnica a las Pymes en las diferentes regiones del país. (PENX, 2025, p.43).

Cabe destacar el esfuerzo del gobierno con las capacitaciones del programa Ruta Exportadora de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU), pero no es suficiente considerando que las Mypes representan el 99.3% del total de las empresas.

De acuerdo a la revista institucional de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI, 2012), “El sector Textil-Confecciones es por excelencia una de las actividades industriales que se mueve al ritmo de la situación económica mundial y nacional” (p.12). En tal sentido, la crisis financiera generada en EE.UU. el año 2008, afectó a las exportaciones del sector Textil confecciones.

El año 2013, Venezuela entra en una crisis económica, afectando el desempeño exportador del sector Textil confecciones, debido a que Venezuela fue el segundo país de destino de nuestras exportaciones del sector Textil confecciones hasta el año 2014, el año 2015 bajó al puesto 7 y el año 2016 no se encuentra dentro de los 10 primeros países de destino.

Si Estados Unidos y Venezuela no se recuperan, las exportaciones del sector Textil confecciones seguirán disminuyendo, como ya lo hicieron desde el año 2012 que pasó de US\$ 1,641 millones a US\$ 871 millones en 2016. Por tanto se observa que el sector Textil confecciones muestra poca oferta exportable y poca capacidad de diversificación a pesar de que el Perú tiene DIECINUEVE (19) Acuerdos Comerciales y Tratados de Libre Comercio con CINCUENTRA Y TRES (53) mercados.

Según el presidente del Comité de Confecciones de ADEX, César Tello, durante la presentación del XII Foro Textil que se realizó el 6 de julio del 2016, (Citado por Mundo Empresarial, 2016), “explicó que el sector sufre una pérdida de competitividad frente a otros países desde hace tres años en que se tuvo caídas consecutivas”

El estrato empresarial, está determinado de acuerdo a la Ley N°30056, publicada el 2 de julio 2013. Asimismo, cabe precisar que la investigación estará enfocada en la Micro y Pequeñas empresas (MYPE), que en su conjunto representa 99.3% del total de empresas en el Perú.

Considerando que las Mypes en el Perú representan el 99.3% y su importancia en el desarrollo del país, según Tello (2014):

Uno de los grandes problemas que padecen las Mypes es el acceso al crédito. El financiamiento es importante para fortalecer el crecimiento y desarrollo de las microempresas. En nuestro país, el problema se agudiza porque la microempresa no cuenta con garantías que respalden su crédito, o porque las altas tasas de intereses hacen que el crédito se encarezca más. (p. 212).

Según la Fundación para el Análisis Estratégico para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (Faedpyme), (Citado por (Gestión, 2014):

El pequeño tamaño de las Mypes impide que estas empresas puedan aprovechar los beneficios de las economías de escala y afrontan otros problemas como la falta de certificaciones de calidad y el no acceso al financiamiento. Asimismo, informar que apenas el 3.6% de las micro y pequeñas empresas (Mypes) peruanas está en capacidad de exportar sus productos”.

En ese sentido, según el director de la Faedpyme, Domingo García, un área de mejora que hay que profundizar es el aspecto de la internacionalización. Muy pocas Mypes peruanas tienen capacidad de internacionalización, es decir la capacidad para poder exportar.

Por otro lado, considerando la problemática descrita del sector Textil confecciones, se hizo una encuesta a 28 Mypes de Lima Metropolitana, con la finalidad de recoger información primaria y enfatizar el problema referente a las barreras funcionales que enfrentan las Mypes. Cabe precisar que 12 Mypes registran actividad del Comercio Exterior y 16 Mypes no registran actividad del Comercio Exterior, pero con intenciones de exportar.

Cuadro 1: Relación de Mypes encuestadas para recoger información primaria

N°	RUC	Empresa	Dirección	Inicio de actividad	Actividad de Comercio Exterior	N° de trabajadores
1	10462873641	GARCIA QUISPE LUIS ALBERTO PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	PJ. 94 NRO. 199 A.H. EL AGUSTINO 3RA ZONA LIMA - LIMA - EL AGUSTINO	14/08/2014	SIN ACTIVIDAD	NE
2	10466683120	CARRERA CABANILLAS OLIVIA ELVIRA PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	PROLONGACION GAMARRA NRO. 465 INT. REF. CENTRO COMERCIAL (PUESTO 305-5) LIMA - LIMA - LIMA	01/02/2012	SIN ACTIVIDAD	NE
3	10071155205	VERGARA VILCA JORGE PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	CAL 2 MZA. B LOTE. 06 AS PARQ IND. N° 1 HUAYCAN (ALT.MCDO LA ARENERA A 3 CDRS MANO IZQ) LIMA - LIMA - ATE	13/12/2012	SIN ACTIVIDAD	2
4	10429671286	LARA BENITES JUAN ANTONIO PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	CAL 4 MZA. B LOTE. 23-A AS. PARQUE IND. N1 HUAYCAN (ZONA C) LIMA - LIMA - ATE	08/09/2010	SIN ACTIVIDAD	NE
5	10412880361	MAMANI CCARITA DONATO PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	MZA. E LOTE. 2 APV. VIRGEN DEL CARMEN (FTE POLLERIA NORKYS) LIMA - LIMA - ATE	19/11/2013	SIN ACTIVIDAD	NE
6	10074880474	CRUZADO ALAYO AURORA MARTINA	AV. AVIACION NRO. 867 INT. 306 LIMA - LIMA - LA VICTORIA	27/07/1995	SIN ACTIVIDAD	NE
7	20538134377	TEXTIMEL MODA S.A.C.	JR. LOS DIAMANTES NRO. 128 URB. BALCONCILLO LIMA - LIMA - LA VICTORIA	15/11/2010	IMPORTADOR/EXPORTADOR	NE
8	20506123098	FASHION COMPANY S.A.C	AV. SANTA CRUZ NRO. 515 URB. MIRAFLORES LIMA - LIMA - MIRAFLORES	15/03/2003	IMPORTADOR/EXPORTADOR	18
9	20419470041	T.J.C. PERU S.A	AV. SANTA CRUZ NRO. 515 LIMA - LIMA - MIRAFLORES	01/01/1999	IMPORTADOR/EXPORTADOR	20
10	20535584452	D'PERU TEXTIL S.A.C.	JR. MIRABLES MZA. L LOTE. 47 URB. LOS JARDINES DE SAN JUAN (ESP BCO DE LA NACION DE AV WIESSE) LIMA - LIMA - SAN JUAN DE LURIGANCHO	25/03/2010	IMPORTADOR/EXPORTADOR	9
11	20520982893	ELEMENT SKATEBOARDS S.A.C.	AV. LURIGANCHO NRO. 964 URB. AZACARRUNZ LIMA - LIMA - SAN JUAN DE LURIGANCHO	13/02/2009	IMPORTADOR/EXPORTADOR	3
12	20524074355	C & C GRISBELL S.A.C.	MZA. C LOTE. 6 ASOC SAN JOSE DE HUACHIPA (ALT DE LA CERVERA AMBEV) LIMA - LIMA - LURIGANCHO	01/12/2009	IMPORTADOR/EXPORTADOR	9
13	20492068102	TEXTILES GAMARRA S.A.C.	JR. GAMARRA NRO. 564 INT. 108 (GALERIA LOS PORTALES) LIMA - LIMA - LA VICTORIA	09/08/2008	SIN ACTIVIDAD	NE
14	20493114868	CORDITEX S.A.C.	CAL SAN CARLOS MZA. C LOTE. 9B INT. 1ERP URB. SANTA MARTHA (CRUCE AV. SEP. INDUSTRIAL CON RIEL TREN) LIMA - LIMA - ATE	11/07/2008	IMPORTADOR/EXPORTADOR	12
15	20522455751	CEFRATEX E.I.R.L.	MZA. P LOTE. 7 COO. PACHACUTEC LIMA - LIMA - ATE	01/07/2009	IMPORTADOR/EXPORTADOR	NE
16	10074647176	CUEVA POLO SEGUNDO LEOPOLDO PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	CAL SEBASTIAN BARRANCA NRO. 1646 INT. 210A URB. EL PORVENIR LIMA - LIMA - LA VICTORIA	06/04/2009	IMPORTADOR/EXPORTADOR	1
17	10093590525	VERASTEGUI MUÑOZ CARMEN ROSA PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	MZA. B LOTE. 9A Z.I. PQUE INDUSTRIAL HUAYCAN (CRUCE MCDO ARENERA CON CALLE A PQUE IND) LIMA - LIMA - ATE	10/04/2012	SIN ACTIVIDAD	NE
18	10404120838	CRUZADO ALAYO JORGE LUIS PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	JR. SEBASTIAN BARRANCA NRO. 1646 INT. 203B LIMA - LIMA - LA VICTORIA	14/08/2013	SIN ACTIVIDAD	NE
19	20385283190	TEXTILES RELY S.A.C.	JR. SEBASTIAN BARRANCA NRO. 1470 (FRENTE AL COLEGIO MARIA GORETTI) LIMA - LIMA - LA VICTORIA	17/03/1998	SIN ACTIVIDAD	2
20	20544003497	TEXTIL BEHUAR E.I.R.L.	CAL 1 MZA. A LOTE. 02 SANTA MERCEDES (ALT. DEL ULTIMO PARADERO LINEA 71) LIMA - LIMA - EL AGUSTINO	04/07/2011	IMPORTADOR/EXPORTADOR	2
21	20451680774	NOVEDADES JANIELSIN E.I.R.L.	JR. PROLONGACION GAMARRA NRO. 661 DPTO. 117 INT. L (GALERIA LAS MALVINAS) LIMA - LIMA - LA VICTORIA	01/10/2015	SIN ACTIVIDAD	NE
22	20508386762	CREACIONES MELLIZAS S.R.L.	CAL JORGE CUBA NRO. 185 URB. TRES MARIAS (1ER PISO) LIMA - LIMA - LA VICTORIA	17/03/2004	SIN ACTIVIDAD	1
23	20549078932	E & M ESTILOS Y TENDENCIAS S.A.C.	JR. AMERICA NRO. 730 LIMA - LIMA - LA VICTORIA	03/08/2012	IMPORTADOR/EXPORTADOR	13
24	20517285995	ALPACA CAMARGO S.A.C.	AV. SANTA ROSA NRO. 396 CP SANTA CLARA (A 3 CDRAS PLAZA PRINCIPAL SANTA CLARA) LIMA - LIMA - ATE	01/11/2007	SIN ACTIVIDAD	6
25	20144048301	CANGALLO Y CIA. S.A.	CALLOS EBANISTAS NRO. 108 URB. EL ARTESANO (1ER Y 2DO PISO - A 1 CDRA AV LA MOLINA) LIMA - LIMA - ATE	07/11/1990	EXPORTADOR	67
26	10454541371	CUEVA CRUZADO RAUL OMAR PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	AV. AVIACION NRO. 520 INT. 10A URB. SAN PABLO LIMA - LIMA - LA VICTORIA	08/02/2008	SIN ACTIVIDAD	NE
27	20568764642	TEXTIL PEPUNO S.A.C.	PRO. GAMARRA NRO. 638 DPTO. 213 SEC. GALERIA LA FLORIDA (ENTRE HIPOLITO UNANUE Y HUMBOLT) LIMA - LIMA - LA VICTORIA	01/08/2013	SIN ACTIVIDAD	2
28	10402170439	AGUIRRE ARONI MILAGROS CRISTINA PERSONA NATURAL CON NEGOCIO	MZA. M LOTE. 11 ASOC NAVIDAD DE VILLA LIMA - LIMA - CHORRILLOS	16/03/1999	SIN ACTIVIDAD	NE

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

El cuestionario contó con TRES (03) preguntas relacionadas a recursos humanos, DOS (02) a producción y TRES (03) a finanzas. Las respuestas al cuestionario están de acuerdo a la escala de Likert; (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo, (4) De acuerdo y (5) Totalmente de acuerdo. Finalmente el resultado fue el siguiente:

1. Barreras funcionales relacionadas a recursos humanos

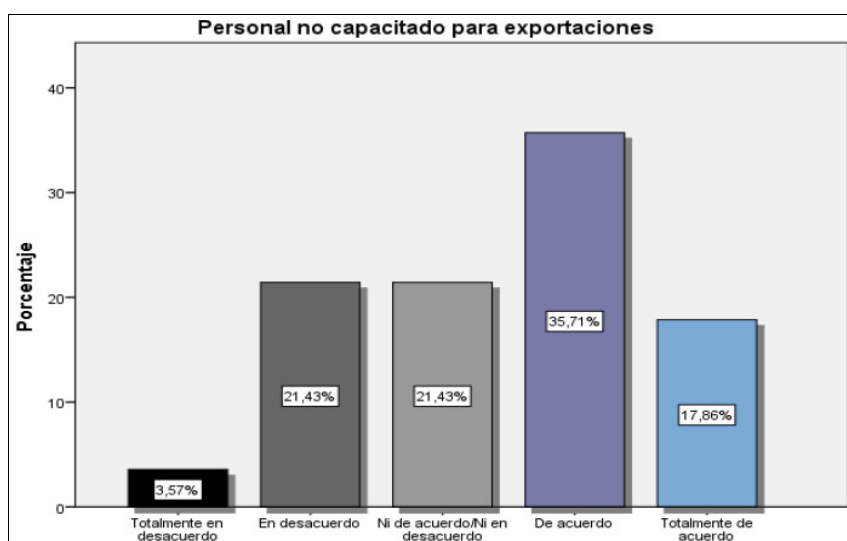
Cuadro 2: Personal no capacitado para exportaciones

Personal no capacitado para exportaciones					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,6	3,6	3,6
	En desacuerdo	6	21,4	21,4	25,0
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	6	21,4	21,4	46,4
	De acuerdo	10	35,7	35,7	82,1
	Totalmente de acuerdo	5	17,9	17,9	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 17: Personal no capacitado para exportaciones



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Del resultado, se observa que el 53.57% de las Mypes que han sido encuestadas están totalmente de acuerdo y de acuerdo, que no cuentan con personal capacitado para exportaciones.

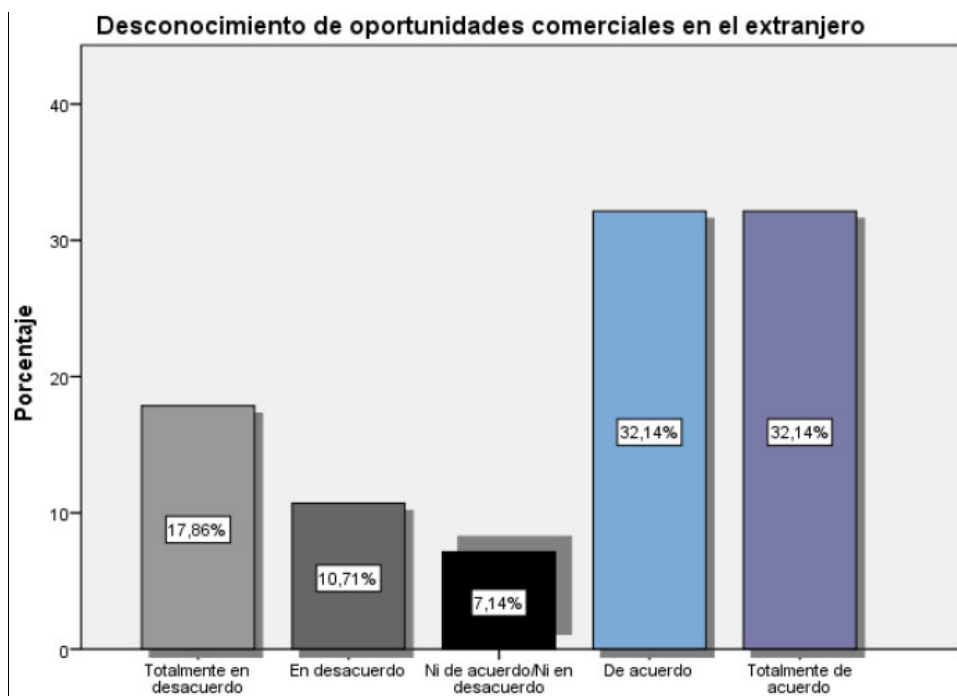
Cuadro 3: Desconocimiento de oportunidades comerciales en el extranjero

Desconocimiento de oportunidades comerciales en el extranjero					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	17,9	17,9	17,9
	En desacuerdo	3	10,7	10,7	28,6
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	2	7,1	7,1	35,7
	De acuerdo	9	32,1	32,1	67,9
	Totalmente de acuerdo	9	32,1	32,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 18: Desconocimiento de oportunidades comerciales en el extranjero



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Del resultado, podemos observar que el 64.28% las Mypes están totalmente de acuerdo y de acuerdo, que el desconocimiento de las oportunidades comerciales en el extranjero, es una barrera para exportar.

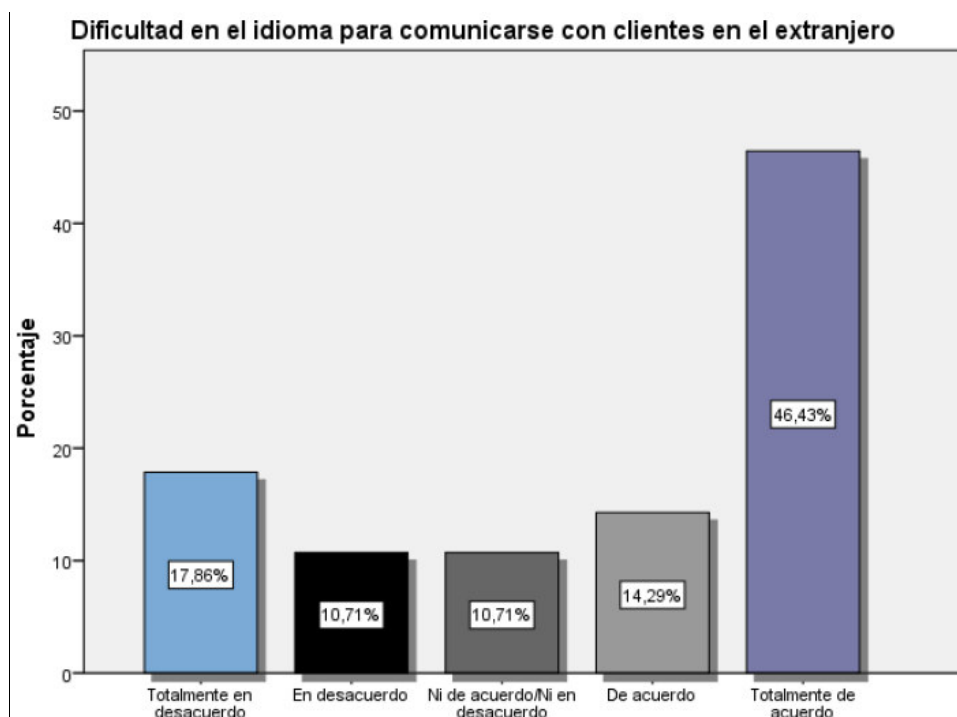
Cuadro 4: Dificultad en el idioma para comunicarse con clientes en el extranjero

Dificultad en el idioma para comunicarse con clientes en el extranjero					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	17,9	17,9	17,9
	En desacuerdo	3	10,7	10,7	28,6
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	3	10,7	10,7	39,3
	De acuerdo	4	14,3	14,3	53,6
	Totalmente de acuerdo	13	46,4	46,4	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 19: Dificultad en el idioma para comunicarse con clientes en el extranjero



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Del resultado, podemos observar que el 60.72% de las Mypes encuestadas, están totalmente de acuerdo y de acuerdo, que tienen dificultad en el idioma para comunicarse con clientes en el extranjero.

2. Barreras funcionales relacionadas a producción

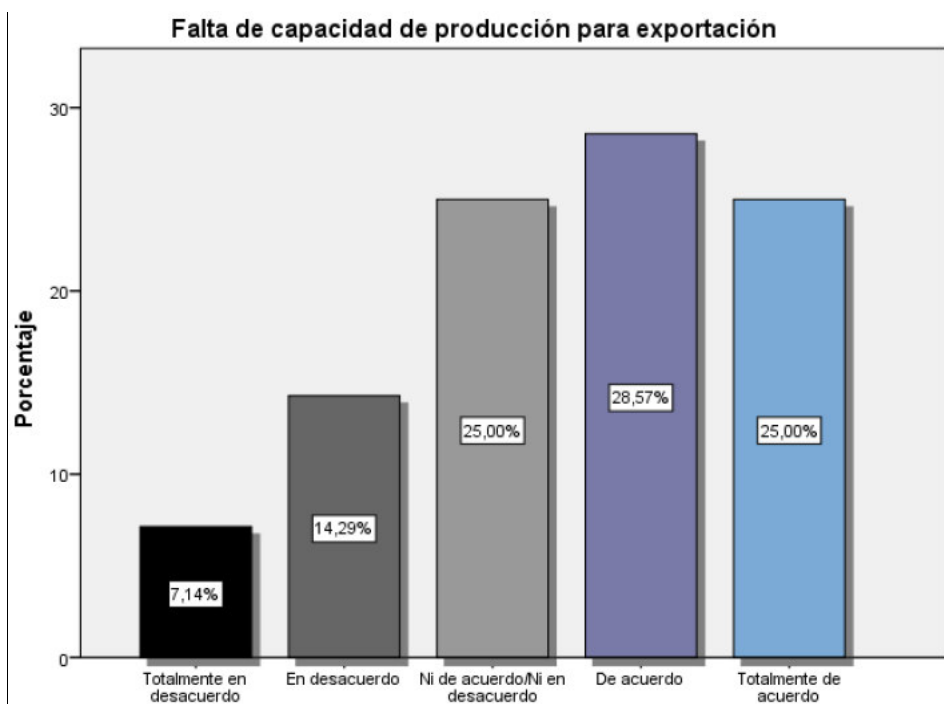
Cuadro 5: Falta de capacidad de producción para exportación

		Falta de capacidad de producción para exportación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	7,1	7,1	7,1
	En desacuerdo	4	14,3	14,3	21,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	7	25,0	25,0	46,4
	De acuerdo	8	28,6	28,6	75,0
	Totalmente de acuerdo	7	25,0	25,0	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 20: Falta de capacidad de producción para exportación



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Del resultado, se observa que el 53.57% de las Mypes que han sido encuestadas, están totalmente de acuerdo y de acuerdo, en que no cuentan con capacidad de producción para exportación.

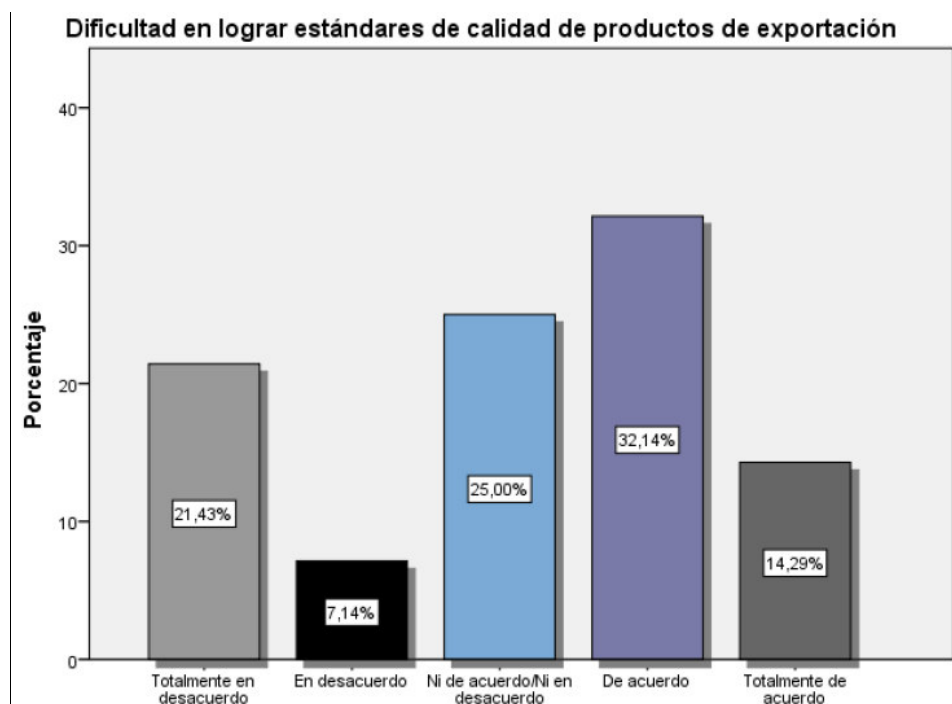
Cuadro 6: Dificultad en lograr estándares de calidad de productos de exportación

Dificultad en lograr estándares de calidad de productos de exportación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	21,4	21,4	21,4
	En desacuerdo	2	7,1	7,1	28,6
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	7	25,0	25,0	53,6
	De acuerdo	9	32,1	32,1	85,7
	Totalmente de acuerdo	4	14,3	14,3	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 21: Dificultad en lograr estándares de calidad de productos de exportación



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Del resultado, podemos observar que el 46.43% de la Mypes encuestadas, están totalmente de acuerdo y de acuerdo, que tienen dificultades en lograr estándares de calidad de los productos de exportación.

3. Barreras funcionales relacionadas a finanzas

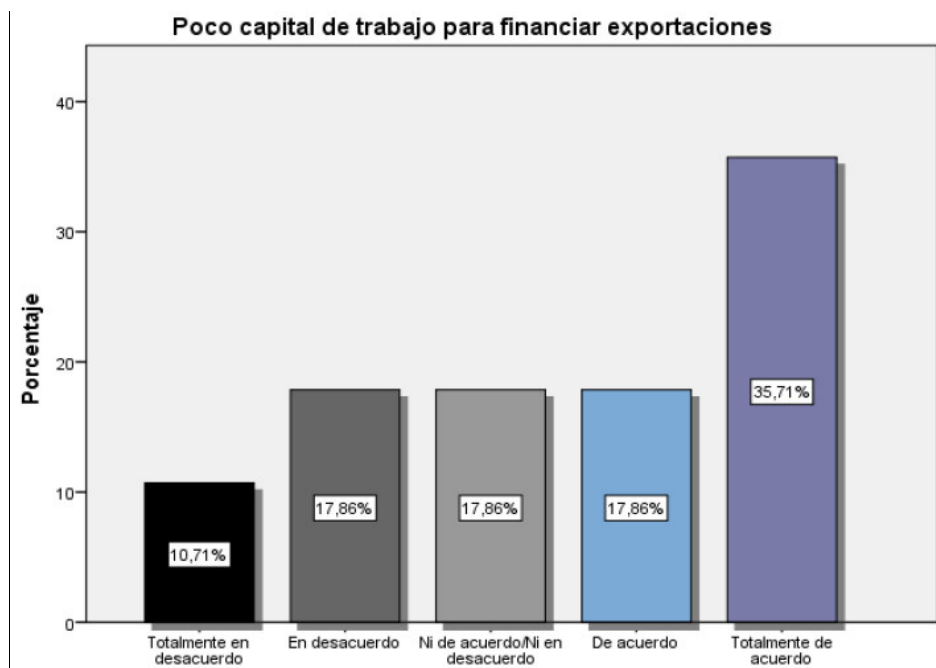
Cuadro 7: Poco capital de trabajo para financiar exportaciones

Poco capital de trabajo para financiar exportaciones		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	10,7	10,7	10,7
	En desacuerdo	5	17,9	17,9	28,6
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	5	17,9	17,9	46,4
	De acuerdo	5	17,9	17,9	64,3
	Totalmente de acuerdo	10	35,7	35,7	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 22: Poco capital de trabajo para financiar exportaciones



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Del resultado, se observa que el 53.57% de las Mypes que han sido encuestadas, están totalmente de acuerdo y de acuerdo, que no cuentan con capital de trabajo para financiar exportaciones.

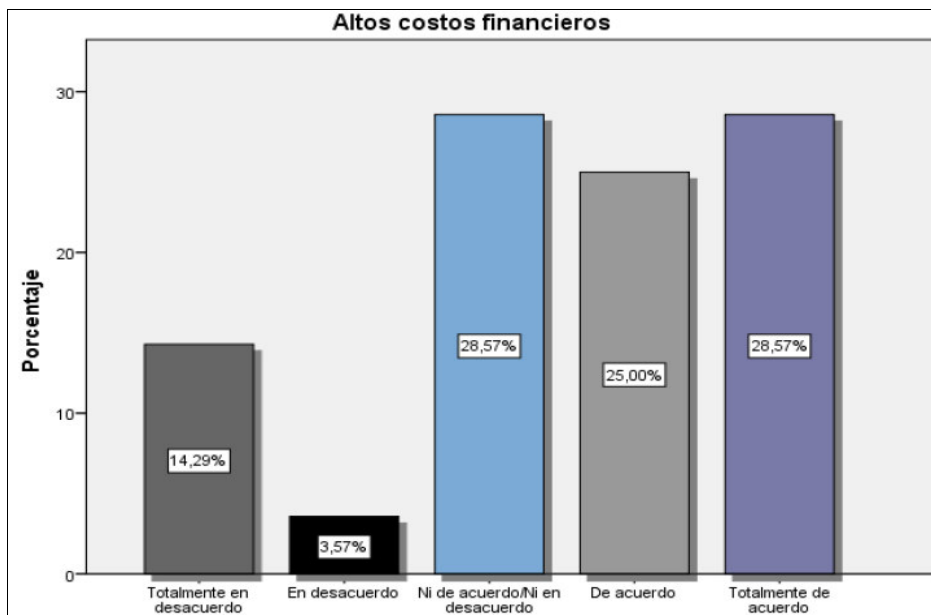
Cuadro 8: Altos costos financieros

Altos costos financieros					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	14,3	14,3	14,3
	En desacuerdo	1	3,6	3,6	17,9
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	8	28,6	28,6	46,4
	De acuerdo	7	25,0	25,0	71,4
	Totalmente de acuerdo	8	28,6	28,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 23: Altos costos financieros



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Del resultado, se observa que el 53.57% de las Mypes que han sido encuestadas, están totalmente de acuerdo y de acuerdo, que los costos financieros son altos y limitan el financiamiento para las exportaciones.

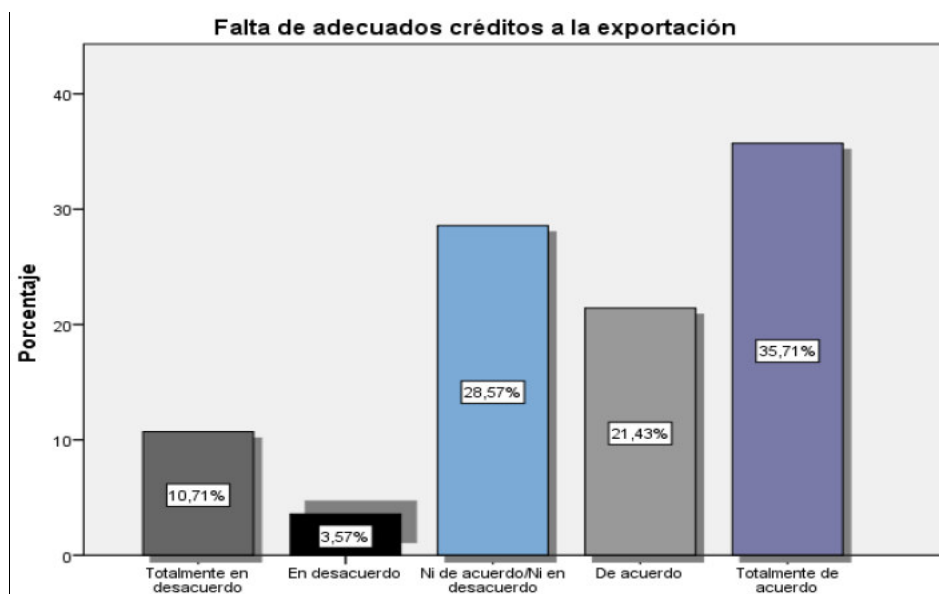
Cuadro 9: Falta de adecuados créditos a la exportación

Falta de adecuados créditos a la exportación				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	3	10,7	10,7	10,7
En desacuerdo	1	3,6	3,6	14,3
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	8	28,6	28,6	42,9
De acuerdo	6	21,4	21,4	64,3
Totalmente de acuerdo	10	35,7	35,7	100,0
Total	28	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 24: Falta de adecuados créditos a la exportación



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Del resultado, se observa que el 57.14% de las Mypes encuestadas están totalmente de acuerdo y de acuerdo, que hace falta adecuados créditos para la exportación.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿Las barreras funcionales que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable?

1.2.2 Problemas Específicos

¿Las deficiencias del recurso humano asignado a gestionar las exportaciones que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable?

¿La falta de capacidad de producción que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable?

¿Las finanzas que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable?

1.3. Justificación Teórica

Siendo importante determinar de qué manera las barreras funcionales que enfrentan las Mypes del sector Textil confecciones, reducen la oferta exportable, se ha realizado encuestas a CATORCE (14) Mypes exportadoras del sector Textil confecciones, con experiencia mínima de CINCO (05) años de actividad exportadora y se ha analizado sus estadísticas en el periodo 2006-2016.

Asimismo, para entender la importancia del tema se ha revisado el (PENX, 2003-2013), donde uno de sus objetivos fue “lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y

volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales” y “lograr una oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible” es uno de los pilares del (PENX, 2025)

Considerando la importancia del fortalecimiento de la oferta exportable y siendo el sector Textil confecciones uno de los pilares de las exportaciones no tradicionales, se ha procedido al estudio en base a las respuestas obtenidas en la encuesta validada a catorce Mypes exportadoras del sector textil confecciones.

1.4. Justificación práctica

Considerando los objetivos de la investigación, los resultados nos permitirán conocer, en qué medida las Barreras Funcionales que enfrentan las Mypes exportadoras del sector Textil confecciones, limitan obtener Oferta Exportable.

Al respecto, de los resultados obtenidos por la encuesta realizada, se observa que en el 50% de las Mypes exportadoras, las ineficiencias de las distintas funciones internas generan limitaciones y por ende se convierten en barreras funcionales para las Mypes exportadoras, mientras que en el 50% restante, cuentan con pocas limitaciones superando las barreras funcionales. Estos resultados nos permiten afirmar que las barreras funcionales que presentan Mypes exportadoras influyen negativamente en la oferta exportable.

En tal sentido, conociendo la importancia de las barreras funcionales se podrá mejorar estas barreras internas con mayor apoyo al sector privado por parte del gobierno para que las Mypes exportadoras logren obtener una oferta exportable y diversificada.

Asimismo, la presente investigación genera conocimiento para las empresas involucradas, empresas exportadoras del sector Textil confecciones y entidades del gobierno como Promperú que apoya Mypes exportadoras.

Además, como referencia para futuras investigaciones sobre el tema.

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Determinar de qué manera las barreras funcionales que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable.

1.5.2 Objetivos Específicos

Determinar de qué manera las deficiencias del recurso humano asignado a gestionar las exportaciones que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable.

Determinar de qué manera la falta de capacidad de producción que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable.

Determinar de qué manera las finanzas que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Filosófico o epistemológico de la investigación

La epistemología como teoría del conocimiento y rama de la filosofía, se ocupa de la definición del saber. En tal sentido, el aporte en mi investigación cuyo enfoque es cuantitativo de la corriente filosófica positivista, hipotética deductiva, basado en datos de la realidad y publicaciones existentes, cuya abstracción fue del resultado del análisis realizado en CATORCE (14) Mypes exportadoras del sector Textil confecciones.

En un marco de diversificación, podríamos decir que existen numerosas investigaciones internacionales respecto a las Barreras a la Exportación, sin embargo a nivel nacional no contamos con investigaciones respecto al tema, por tanto la problemática planteada acarreará problemas futuros si no se da una solución respecto a las barreras funcionales que enfrentan las Mypes del sector Textil confecciones.

2.2. Antecedentes de investigación

Según Hurtado (2000):

En su tesis doctoral “Las pymes y el proceso de internacionalización: factores determinantes de su actitud frente a la exportación”, en la Universidad de Granada – España, cuyo objetivo fue: analizar si las características de la empresa o las del director general condicionan la percepción de las barreras a

la exportación, así como la eficacia de las medidas de apoyo. Definió un enfoque cuantitativo, tipo de investigación explicativo causal, Diseño experimental, población 2821 PYMES, muestra 112 PYMES. Concluye que la percepción de barreras, se reconoce como uno de los factores que afectan de forma más significativa a la decisión de iniciar o no la actividad exportadora.

Considerando que el proceso de internacionalización inicia con la primera exportación, el autor señala que las barreras que enfrentan las empresas afectan esta actividad, en tal sentido las empresas deben mejorar los factores internos para que sea sustentable en el tiempo.

Según Escandón, Ayala, y Caicedo (2013):

En su artículo científico “Influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacionales”, aceptado por la revista de alto impacto SCIELO-Colombia, propuso como objetivos; establecer la existencia de una relación entre las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador de las empresas exportadoras colombianas y la influencia de dicho compromiso exportador sobre los resultados internacionales de estas empresas. Definió un enfoque cuantitativo, tipo de investigación correlacional, Diseño no experimental. Tamaño de la muestra 270 empresas con actividad internacional. Concluye que los resultados obtenidos deberían incentivar a los empresarios a hacer seguimiento e invertir en mejorar sus recursos financieros, humanos y gerenciales asignados a la actividad exportadora.

Teniendo en cuenta que las barreras a la exportación son limitaciones que tienen las Mypes en sus diferentes áreas, los autores señalan que para superar las barreras a la exportación y obtener mejores resultados internacionales, las empresas deben invertir en recursos humanos, financieros y gerenciales.

Según Mataveli (2014):

En su tesis Doctoral “La Internacionalización de las empresas en Brasil. La elección de un banco para superar barreras a la exportación y dinamizar el nivel de internacionalización de la empresa”, en la Universidad De La Rioja-España, propuso como objetivos; analizar cuáles son las barreras más importantes y cómo influyen en el grado de internacionalización de las empresas brasileñas y comprobar en qué medida el sistema bancario brasileño, a través de los bancos públicos y privados, puede ayudar a las empresas a superar las barreras a la exportación y a mejorar sus niveles de internacionalización. Definió un enfoque cuantitativo, tipo de investigación exploratorio descriptivo, diseño experimental, población 22,000 empresas, muestra 318 empresas. Concluye que el tamaño y localización de la empresa influye en los motivos para exportar y el producto que exporta la empresa influye en la percepción de las barreras a la exportación.

Considerando la importancia de la internacionalización de las empresas, el autor señala, que el tamaño y la ubicación geográfica influyen en los motivos para exportar y el producto elegido en la percepción de las barreras a la exportación.

Según Malca y Rubio (2014):

En su investigación “Obstáculo a la actividad exportadora: Encuesta a las empresas exportadoras del Perú”, presentado en el Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico-Perú, propuso como objetivos: primero, el desarrollo del sector exportador del país, desde diversos enfoques necesita un constante estudio del comportamiento de las empresas exportadoras peruanas, como es el caso de los obstáculos a la exportación, por lo que es necesario realizar una investigación bibliográfica que nos permita identificar y clasificar los diferentes obstáculos a la exportación y sirva de referencia para

posteriores estudios. Segundo identificar los principales obstáculos a la actividad exportadora, a través de la aplicación de una encuesta. Definió un enfoque cuantitativo, tipo de investigación descriptivo y correlacional, Diseño no experimental. Muestra 119 empresas (agroexportadora 42.61%, textiles y confecciones 20.87%, etc...). Concluye que los resultados obtenidos en el presente estudio, son una referencia a tener en cuenta para revisar la política de promoción de exportaciones, más aun tratándose de empresas esporádicas las mismas que de contar con apoyo ad-hoc podrían mejorar su desempeño y convertirse en exportadoras, contribuyendo de esta manera a incrementar el número de empresas exportadoras. Por otro lado, los resultados encontrados proporcionan a las empresas pautas a tener en cuenta para mejorar sus capacidades con el objeto de orientarse hacia los mercados internacionales.

Observando el comportamiento de las Mypes peruanas en su actividad exportadora, muchas de ellas sólo se quedan en su primera exportación o exportan esporádicamente, esto se debe principalmente por las limitaciones internas de la empresa y desconocimiento de los mercados extranjeros.

Según Paredes (2017):

En su tesis de pregrado “Análisis de la Competitividad Empresarial y su incidencia en el Mercado Internacional del Consorcio Textil Titicaca Puno, periodo 2014-2015”, en la Universidad del Altiplano-Perú, propuso como objetivo; determinar la influencia de los factores relevantes de competitividad en la oferta exportable de artesanía de prendas de alpaca en el consorcio Textil Titicaca. Definió un enfoque cuantitativo, tipo de investigación descriptivo, deductivo y analítico, diseño no experimental, población y muestra 07 empresas. Concluye que los factores relevantes de competitividad influyen determinadamente en la mejora de la

oferta exportable de artesanía de prendas de alpaca en el consorcio Textil Titicaca.

Los factores de competitividad identificados por el autor son: Calidad, Productividad, Recursos Humanos y Mercado.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1 Variable: Barreras funcionales (Leonidas C. Leonidou, 2004)

Según Leonidou (2004):

En su investigación que lleva como título; “Un análisis de las barreras que obstaculizan el desarrollo de Exportación de Pequeños Negocios”, indica “que a pesar de los beneficios derivados de la exportación en un mercado cada vez más globalizado, para muchos fabricantes de menor tamaño la trayectoria de internacionalización se ve acosada por numerosos obstáculos”.

“Las barreras a la exportación se refiere a todas aquellas restricciones que dificultan la capacidad de la empresa para iniciar, desarrollar, o sostener negocios en los mercados extranjeros” (Leonidou, 2004, p. 285). Estas barreras se clasifican en internas y externas. En la presente investigación, sólo se tomarán las barreras internas a la exportación, debido a que estas están relacionadas a las barreras funcionales. Al respecto, Vozikis & Mescon (1985) menciona que “Las barreras funcionales se relacionan con las ineficiencias de las diversas funciones empresariales, como los recursos humanos, la producción y las finanzas, con respecto a la exportación” (citado por Leonidou, 2004, p. 287). Estas barreras han sido el foco de muchos estudios, revelando un impacto generalmente moderado en el comportamiento de exportación.

En base al estudio de Leonidou (2004), las barreras funcionales se han dividido en TRES (03) dimensiones:

1. Recursos Humanos. Esta función de la empresa está relacionado con las siguientes barreras: tiempo de gestión limitado para tratar con exportaciones y personal de exportación inadecuado y/o no capacitado.

A.- Tiempo de gestión limitado para tratar con Exportaciones.- La administración juega un papel crítico en la selección, ingreso y expansión en mercados extranjeros; en el diseño de estrategias de marketing de exportación; y en la realización de negocios con clientes en el extranjero. Sin embargo, en las empresas más pequeñas, las decisiones comerciales generalmente son tomadas por un único responsable de la toma de decisiones, que carece de tiempo para ocuparse de actividades distintas a las que tienen lugar en el mercado interno (Leonidou, 2004).

B.- Personal de exportación inadecuado/no capacitado.- Muchas pequeñas empresas se quejan de que no tienen suficiente personal para manejar el exceso de trabajo que exigen las operaciones de exportación. De hecho, el porcentaje de empleados de la empresa dedicados a la exportación suele ser significativamente menor que la contribución de las exportaciones a las ventas totales de la empresa. Los problemas de recursos humanos también pueden surgir debido a la falta de conocimiento especializado y experiencia para manejar tareas de exportación de negocios tales como el manejo de documentación, arreglos logísticos y la comunicación con clientes extranjeros.

Para esto, uno tiene que agregar problemas al hablar idiomas extranjeros, estar expuesto a culturas extranjeras y obtener experiencia práctica en la exportación. En gran medida, esto puede atribuirse a la capacitación y el desarrollo inadecuados del personal de la empresa en cuestiones comerciales de exportación (Leonidou, 2004)

- 2. Producción.** Esta función de la empresa está relacionado con la barrera: Falta de capacidad de producción excesiva para las exportaciones.

A.- Falta de capacidad de producción excesiva para las exportaciones.- Aunque la existencia de capacidad de producción no utilizada estimula a muchas empresas a comenzar a exportar, lo contrario actúa como una barrera para iniciar o expandir los negocios de exportación. Esto ilustra el hecho de que muchas empresas pequeñas ven la exportación como una actividad comercial periférica, realizada solo si hay disponibilidad de recursos de producción. Sin embargo, este es un enfoque miope, porque es muy probable que estos recursos se puedan usar de manera más efectiva y eficiente para servir a un mercado extranjero en lugar del doméstico (Leonidou, 2004).

- 3. Finanzas.** Esta función de la empresa está relacionado con la barrera: Escasez de capital de trabajo para financiar las exportaciones.

A.- Escasez de capital de trabajo para financiar las exportaciones.- El compromiso en las operaciones de exportación a menudo requiere grandes gastos en la investigación de mercados extranjeros, visitas de clientes extranjeros, en la adaptación de la estrategia de comercialización de exportaciones, etc.

Obviamente, esto crea cargas financieras excesivas para la empresa más pequeña, especialmente si esta última ya está colapsada financieramente debido a problemas comerciales domésticos. Sin embargo, hay muchas fuentes de financiación de exportaciones no disponibles para la venta nacional, como la carta de crédito que puede utilizarse como garantía para financiar las exportaciones. También hay varias agencias gubernamentales, como el Export-Import Bank, que pueden proporcionar a los pequeños exportadores ayuda financiera (Leonidou, 2004).

2.3.2 Variable: Oferta Exportable (Mincetur)

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur, 2013), son cinco las etapas por las que atraviesa una empresa local que empieza exportar para lograr su internacionalización:

La primera etapa es la exportación ocasional, donde la empresa exporta de manera esporádica, la segunda etapa es la exportación experimental, donde la empresa decide iniciar el proceso y busca mercados a los cuales exportar, la tercera etapa es la exportación regular, donde la empresa empieza a realizar exportaciones a una base estable de clientes en el exterior, en esta etapa las empresas suelen crear un departamento de exportación, la cuarta etapa es la creación de establecimientos de filiales de venta en el extranjero y la quinta etapa es la creación de establecimiento de filiales de producción, siendo esta la etapa final del proceso de internacionalización. (Mincetur, 2013, p. 14)

Considerando que el proceso de internacionalización empieza con las exportaciones ocasionales y termina con la creación de filiales de producción en los mercados extranjeros, contar con una exportación regular significa tener oferta exportable y capacidad de producción para la exportación. En tal sentido la oferta exportable está relacionada con el proceso de internacionalización

El tener una oferta exportable no sólo significa, como muchos piensan, que se debe contar con los volúmenes solicitados por el importador o con un producto acorde con las exigencias del mercado de destino, sino que implica mucho más. Las empresas deben contar con cuatro componentes que se encuentran interrelacionados: capacidad física, capacidad económica, capacidad financiera y capacidad de gestión. (Mincetur, 2013, pp. 17-18)

Asimismo, de acuerdo a Mincetur, la descripción de los cuatro componentes con que deben contar las empresas para tener oferta exportable son:

Capacidad física: está referida a la capacidad instalada con la que se cuenta, considerando insumos, tecnología y volúmenes de producción que permitan atender la demanda reduciendo cualquier contratiempo, buscando siempre cumplir con los requerimientos de los clientes. **Capacidad económica:** se refiere a la posibilidad de solventar la actividad de exportación y el costo que implica este proceso, apoyado en la capacidad de utilizar recursos propios, ajustándose a las condiciones de un entorno competitivo. **Capacidad financiera:** se entiende por ésta a la alternativa de cubrir una necesidad de recursos a través de endeudamiento con terceros. **Capacidad de gestión:** es el grado que se debe alcanzar para posicionar un producto de manera competitiva en el mercado internacional, siguiendo objetivos que se logran con el respaldo de profesionales capacitados e idóneos para implementar una estrategia de internacionalización. (Mincetur, 2013, p.18)

2.3.3 Teoría Proceso de Internacionalización de Uppsala

El Modelo de internacionalización planteado por Johanson y Vahlne (1977), investigadores de la Universidad de Uppsala, Suecia, en la década de 1970 hicieron observaciones empíricas comprendiendo que el proceso de internacionalización es gradual y además explican que a medida aumente el conocimiento acerca de los mercados extranjeros, existe mayor compromiso internacional. El modelo de Uppsala o Modelo Sueco, se toma como teoría explicativa de la internacionalización porque ha tenido una mayor aceptación y nace como resultado del estudio realizado por Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) con grandes multinacionales suecas. A partir de los resultados, Johanson y Vahlne (1977), desarrollaron un modelo dinámico y explicativo del proceso de internacionalización. Asimismo, Johanson y Vahlne (2009), presentaron un modelo revisado donde agregan creación de conocimiento. “En definitiva, dicho modelo ha experimentado 2 momentos de evolución:

uno inicial, que se presentó en 1977, cuando los autores crearon originalmente el modelo, y un segundo momento se presentó en 2009, cuando los autores presentaron el modelo de Uppsala revisado” (Tavares, Anzo y Estrada, 2014). Cabe resaltar que no todas las empresas aplican este modelo de internacionalización, en el caso de las grandes y medianas empresas inician sus operaciones con Inversión Extranjera Directa. Este modelo se ajusta a las Pymes y Mypes.

2.3.4 Internacionalización empresarial

La internacionalización es la búsqueda de nuevos mercados distintos al mercado local, es decir consiste en exportar e invertir en el extranjero, por tanto existen diversos grados de internacionalización.

... Una empresa busca la internacionalización o se halla en ella cuando vende productos al exterior, importa productos desde el exterior, se implanta productivamente en otro país, establece filiales o establecimientos permanentes en el exterior, se halla activamente en la búsqueda de nuevos socios comerciales; en definitiva, está en una situación de interdependencia con mercados distintos al suyo. Si queremos una definición concreta, podríamos definir la internacionalización como aquel proceso cultural de ámbito empresarial por medio del cual las empresas desarrollan capacidades para hacer negocios en diversos países que constituyen mercados distintos a su entorno geográfico natural. (Ortega y Espinoza, 2015, p. 22)

Considerando la necesidad y la importancia de la internacionalización para las Mypes del Perú y en especial del sector textil confecciones, es necesario destacar el esfuerzo de Mincetur a través de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), en las capacitaciones a la Mypes, pero quizá no sea suficiente.

Según Ortega y Espinoza (2015):

Las fases para la internacionalización empresarial son: 1ª FASE: La empresa realiza exportaciones esporádicas, no atiende a una estrategia empresarial previamente implementada. Escasa o nula inversión por parte de la empresa. 2ª FASE: La empresa tiene una exportación regular, en esta fase existe una inversión mínima por parte de la empresa en el fomento del comercio exterior. 3ª FASE: Las exportaciones son regulares y forman parte de la estrategia de la empresa, en esta fase la empresa hace una importante inversión en viajes de prospección, departamento propio de comercio exterior, con un propio plan comercial y de marketing. 4ª FASE: La empresa tiene filiales propias, sucursales, establecimientos permanentes, almacenes, etc.,. La empresa invierte importantes recursos económicos en infraestructuras y personal en los países de destino. La presencia de la empresa en el exterior es notable y duradera en el tiempo. 5ª FASE: En esta fase, que supone el mayor nivel de internacionalización empresarial, la empresa posee un centro productivo propio en el extranjero con el objetivo de utilizar las economías de escala, mano de obra barata y/o calificada y demás ventajas que supone la deslocalización industrial. Se busca la adaptación al mercado local, ahorro de costes de producción y transporte, objetivos estratégicos, etc., la inversión necesaria es elevada y constante. (pp. 28-29).

De acuerdo a lo mencionado por los autores, la internacionalización empresarial depende mucho de la inversión que realiza la empresa. La primera fase se inicia con exportaciones esporádicas y a medida que las empresas invierten en fomentar el comercio exterior, en estrategias, capacitaciones, viajes y marketing realizarán exportaciones regulares y constantes.

2.3.5 Teorías del Comercio Internacional

Según Carbaugh (2009):

La teoría moderna del comercio es el fruto de la evolución de ideas del pensamiento económico. En particular de los escritos de los mercantilistas y, más adelante, de los economistas clásicos, Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill, fundamentales para proporcionar el marco de referencia de la teoría moderna del comercio. (p. 29).

Si bien es cierto que las teorías del comercio internacional concuerdan que el comercio entre países es beneficioso para las partes, pero sus recomendaciones no coinciden.

La teoría del mercantilismo defiende la intervención del gobierno para promover las exportaciones y restringir las importaciones, esta doctrina que tuvo como uno de sus representantes al economista Inglés Thomas Mun, que en 1630 dijo "... el medio común para aumentar y atesorar nuestra riqueza es el comercio exterior, en que debemos seguir esta regla, cada año, vender a los extranjeros más valor de lo que les consumimos...". Por consiguiente, el mercantilismo contemplaba al comercio con un "juego de suma cero", es decir, una situación en que la ganancia económica de un país proviene de la pérdida económica de otro país.

Tal como indica Carbaugh (2009):

Aunque los fundamentos del mercantilismo han sido refutados, el mercantilismo aún vive hoy en día. Sin embargo, ahora enfatiza el empleo más que las reservas de oro y plata. Los neomercantilistas afirman que las exportaciones son benéficas porque generan empleos para los trabajadores nacionales... (p. 30)

La teoría de la Ventaja Absoluta fue desarrollada por el economista clásico Adam Smith, que en 1776 publicó su libro “La riqueza de las naciones”. El argumento básico de Smith es; un país nunca debe producir bienes que puede comprar a menor precio en otros países, demostró que los dos países al especializarse en la producción de bienes en los que cada uno tiene Ventaja Absoluta, se benefician del comercio. Para Smith, la producción necesita recursos (tierra, mano de obra, capital).

La Teoría de la Ventaja Comparativa fue desarrollada por el economista clásico de origen Inglés David Ricardo a principios del siglo XIX, en su libro “Principios de política económica y tributación”. Su postulado básico es que, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, es decir aunque fabrique todos sus productos de forma más cara que en el resto del mundo, le convendrá especializarse en aquellas mercancías para las que su ventaja sea comparativamente mayor o su desventaja comparativamente menor. Tanto Smith y Ricardo, demostraron que el comercio es un “juego de suma positiva” situación en que todos los países se benefician.

Tal como indican Krugman, Obstfeld y Melitz (2012) “El comercio mundial no deja de cambiar, la dirección y la composición del comercio mundial es bastante distinta hoy de lo que era hace una generación, y aún más distinta de lo que era hace un siglo”. (p. 48). Asimismo, cuando los países comercian entre sí, ¿qué comercian?, de acuerdo a (Krugman et al, 2012) “Para el mundo en su conjunto, la principal respuesta es que se intercambian bienes manufacturados como automóviles, ordenadores y ropa”

2.3.6 Barreras comerciales

“Las menores barreras comerciales y la liberación financiera permitieron a más y más empresas globalizar las estructuras de producción a partir de inversiones en el extranjero, que a su vez proporcionan más estímulo para el comercio” (Carbaugh, 2009, p.3). Asimismo, de acuerdo a Hill (2011) “las barreras comerciales restringen la capacidad de las empresas de distribuir sus actividades de producción entre los lugares óptimos de todo el mundo”. (p. 218).

Las barreras arancelarias están relacionadas a las restricciones que un país impone a otro con la finalidad de proteger a su industria nacional. De acuerdo a Hill (2011) “las barreras arancelarias elevan el costo de exportar los productos a un país (o de exportar productos acabados parcialmente entre países). Este aumento pone a la empresa en una desventaja competitiva frente a los rivales locales del otro país” (p. 215).

Asimismo, el arancel es una barrera arancelaria porque es considerado:

Un impuesto a las importaciones (o a las exportaciones). Los aranceles son de dos clases: los aranceles específicos, que se cobran como cargo fijo por cada unidad de un bien importado (por ejemplo, tres dólares por barril de petróleo), y los aranceles ad valorem, que se determinan como proporción del valor del artículo importado. (Hill, 2011, p.191).

2.3.7 Financiamiento del Comercio Exterior

La falta de financiamiento o el acceso limitado, es parte de las barreras funcionales de las empresas, en tal sentido.

Uno de las preocupaciones más importantes de quienes incursionan en los negocios, en general el conseguir el capital de trabajo para lograr sus objetivos de ganancia de capital. El

capital de trabajo es un término que se refiere a las inversiones que tiene que hacer la empresa para financiar su producción, desde el momento en que compra las materias primas hasta que recibe el pago en efectivo por la venta de su producto. (Linklader y Osterlin, 2015, p. 88).

2.3.8 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa

De acuerdo a la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Ley N° 28015, publicada el 2 de julio de 2003, en su Artículo 3°, indica las siguientes características referentes al número de trabajadores y niveles de ventas anuales:

La microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.

La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cincuenta (50) trabajadores inclusive.

La microempresa hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

La pequeña empresa a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

Mediante Decreto Legislativo N° 1086, que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, publicado el 1 de octubre 2008, en su Artículo 2°, modifica el Artículo 3° de la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, de la siguiente forma:

Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.

Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Mediante **Ley N° 30056**, publicada el 2 de julio 2013, la cual se encuentra vigente, las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

De acuerdo al Anuario Estadístico Industrial, Mipyme y Comercio Interno 2016, del Ministerio de la Producción (PRODUCE), que tiene como fuente la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT):

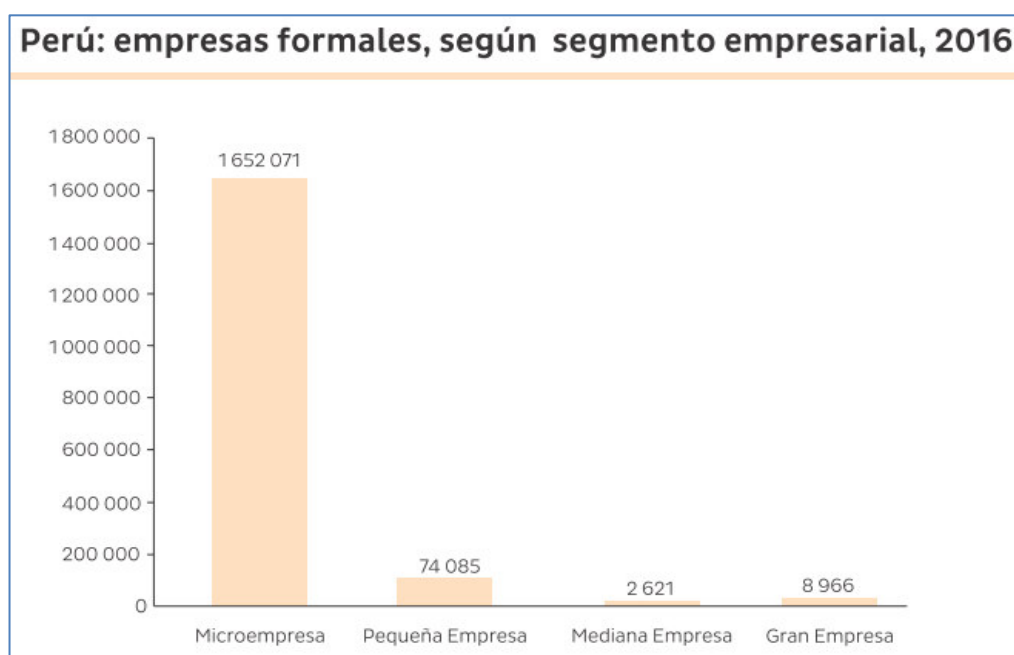
El año 2016 en el Perú existieron un total de 1,737,743 empresas formales, de las cuales el 99.5% son Mipyme (1,728,777 empresas). El grupo de microempresas constituye más del 95% del total de empresas. Las 8,966 empresas restantes, son grandes empresas que representan solamente el 0.5% del total (p. 151).

Cuadro 10: Perú: segmento empresarial formal año 2016

Perú : empresas formales, según segmento empresarial, 2016		
Estrato empresarial ¹	Nº de empresas	%
Microempresa	1 652 071	95,1
Pequeña Empresa	74 085	4,3
Mediana empresa	2 621	0,2
Total de mipymes	1 728 777	99,5
Gran Empresa	8 966	0,5
Total de empresas	1 737 743	100,0

Elaboración. PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Fuente. Datos tomados de Sunat, Registro Único del Contribuyente 2016

Gráfico 25: Perú: segmento empresarial formal año 2016

Elaboración. PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Fuente. Datos tomados de Sunat, Registro Único del Contribuyente 2016

Cuadro 11: Perú: Mipyme formales según rango de ventas 2016

Perú: Mipyme formales, según rango de ventas, 2016			
Rango de ventas anuales (UIT)	Mipyme		
	Número	Part. %	Acumulado
[0 - 2]	688 878	39,8	39,8
<2 - 5]	248 769	14,4	54,2
<5 - 13]	334 894	19,4	73,6
<13 - 25]	167 019	9,7	83,3
<25 - 50]	104 412	6,0	89,3
<50 - 75]	48 410	2,8	92,1
<75 - 100]	28 214	1,6	93,7
<100 - 150]	31 475	1,8	95,6
<150 - 300]	35 190	2,0	97,6
<300 - 500]	17 296	1,0	98,6
<500 - 850]	11 782	0,7	99,3
<850 - 1700]	9 817	0,6	99,8
<1700 - 2300]	2 621	0,2	100,0
Total	1 728 777	100,0	-

Elaboración. PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Fuente. Datos tomados de Sunat, Registro Único del Contribuyente 2016

Cabe mencionar que, de acuerdo a la **Ley N°30056**, son consideradas microempresas aquellas que tengan ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT y pequeña empresa aquellas que superan las ventas de 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.

Cuadro 12: Perú: Mipyme formales según número de trabajadores 2016

Perú: Mipyme formales según número de trabajadores y segmento empresarial, 2016				
Rango de trabajadores	Micro	Pequeña	Mediana	Mipyme
[0 - 5]	1 632 992	43 289	562	1 676 843
%	98,8	58,4	21,4	97,0
[6 - 10]	14 331	13 333	382	28 046
%	0,9	18,0	14,6	1,6
[11 - 20]	3 689	10 442	672	14 803
%	0,2	14,1	25,6	0,9
[21 - 50]	894	5 180	484	6 558
%	0,1	7,0	18,5	0,4
[51 - 100]	112	1 421	308	1 841
%	0,0	1,9	11,8	0,1
[101 - 200]	33	338	153	524
%	0,0	0,5	5,8	0,0
Mayor a 201	20	82	60	162
%	0,0	0,1	2,3	0,0
Total	1 652 071	74 085	2 621	1 728 777

Elaboración. PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Fuente. Datos tomados de Sunat, Registro Único del Contribuyente 2016

Cuadro 13: Perú: Mipyme formales según tipo de contribuyente 2016

Perú: Mipyme formales, según tipo de contribuyente, 2016				
Tipo de contribuyente	Micro	Pequeña	Mediana	Total de Mipyme
Persona natural	1 200 077	9 848	118	1 210 043
%	72,6	13,3	4,5	70,0
Sociedad anónima cerrada	218 890	35 603	1 508	256 001
%	13,2	48,1	57,5	14,8
Empresa individual de Resp. Ltda.	152 702	15 434	305	168 441
%	9,2	20,8	11,6	9,7
Sociedad comercial de Resp. Ltda.	54 183	8 324	326	62 833
%	3,3	11,2	12,4	3,6
Sociedad anónima	14 065	3 777	304	18 146
%	0,9	5,1	11,6	1,0
Sociedad irregular	5 002	359	7	5 368
%	0,3	0,5	0,3	0,3
Sociedad civil	1 854	200	13	2 067
%	0,1	0,3	0,5	0,1
Otros	5 298	540	40	5 878
%	0,3	0,7	1,5	0,3
Total	1 652 071	74 085	2 621	1 728 777
%	100	100	100	100

Elaboración. PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Fuente. Datos tomados de Sunat, Registro Único del Contribuyente 2016

Del cuadro anterior, las Mypes formales según tipo de contribuyente, se observa que el 72.6% de las microempresas están constituidas como personas naturales con negocio y el 27.4% de las microempresas están constituidas como personas jurídicas. Asimismo, sólo el 13.3% de las pequeñas empresas están constituidas como personas naturales con negocio y el 86.7% de la pequeñas empresas están constituidas como personas jurídicas.

Cuadro 14: Perú: Evolución de la Mipyme formal 2007-2016

Perú: Evolución de la mipyme formal, 2007-16				
Año	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Total Mipyme
2007	893 266	42 889	1 590	937 745
2008	994 974	49 503	1 841	1 046 318
2009	1 074 235	50 637	1 885	1 126 757
2010	1 138 091	55 589	2 031	1 195 711
2011	1 221 343	61 171	2 325	1 284 839
2012	1 270 009	68 243	2 451	1 340 703
2013	1 439 778	70 708	2 520	1 513 006
2014	1 518 284	71 313	2 635	1 592 232
2015	1 607 305	72 664	2 712	1 682 681
2016	1 652 071	74 085	2 621	1 728 777

Elaboración. PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Fuente. Datos tomados de Sunat, Registro Único del Contribuyente 2016

La evolución en la formalización de empresas para el año 2016 respecto al año 2007, se ha dado de la siguiente manera: la cantidad de micro empresas el año 2007 fue de 893,266, incrementándose a 1,652,071 el año 2016, con un crecimiento de 85%, la cantidad de las pequeñas empresas el año 2007 fue de 42,889, incrementándose a 74,085 el año 2016, con un crecimiento de 73% y la cantidad de las medianas empresas el año 2007 fue de 1,1590, incrementándose a 2,621 el año 2016, con un crecimiento de 65%.

Asimismo, el año 2016, la región Lima concentró 768,764 micro empresas que representa el 47% del total nacional, 44,133 pequeñas empresas que representa el 60% del total nacional y 1,730 medianas empresas que representa el 66% del total nacional.

2.3.9 PBI Manufacturero

De acuerdo PRODUCE (2016), “Si bien en la manufactura ha crecido cada vez menos, es uno de los sectores más importantes en cuanto a su aporte al PBI (13% en 2016), ocupando a su vez el segundo lugar después del sector minería” (p. 14).

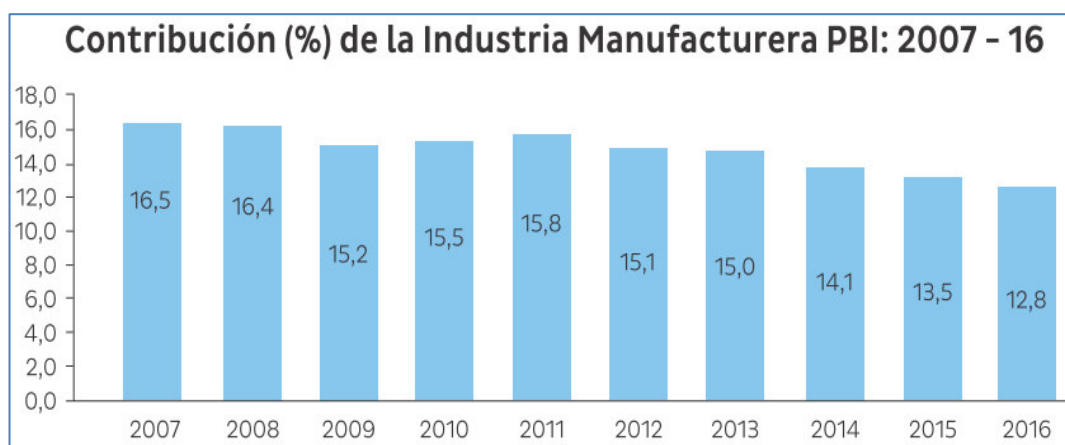
Cuadro 15: Perú: PBI Manufacturero y sus subsectores 2007-2016

Perú: Producto Bruto Interno Manufacturero y sus subsectores 2007 - 16 (Millones de nuevos soles de 2007)										
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
PBI Manufacturero	52 807	57 354	53 502	59 255	64 330	65 265	68 508	66 047	65 079	64 107
Manufactura primaria	13 853	15 062	13 802	13 143	15 243	14 048	15 254	13 828	14 077	14 000
Manufactura no primaria	38 954	42 292	39 700	46 112	49 087	51 217	53 094	52 308	50 953	49 953
PRODUCTO BRUTO INTERNO	319 693	348 923	352 584	382 380	407 052	431 273	456 366	467 280	482 797	501 700

Elaboración. PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Fuente. Datos tomados de BCRP

Gráfico 26: Perú: Contribución (%) de la Industria Manufacturera al PBI

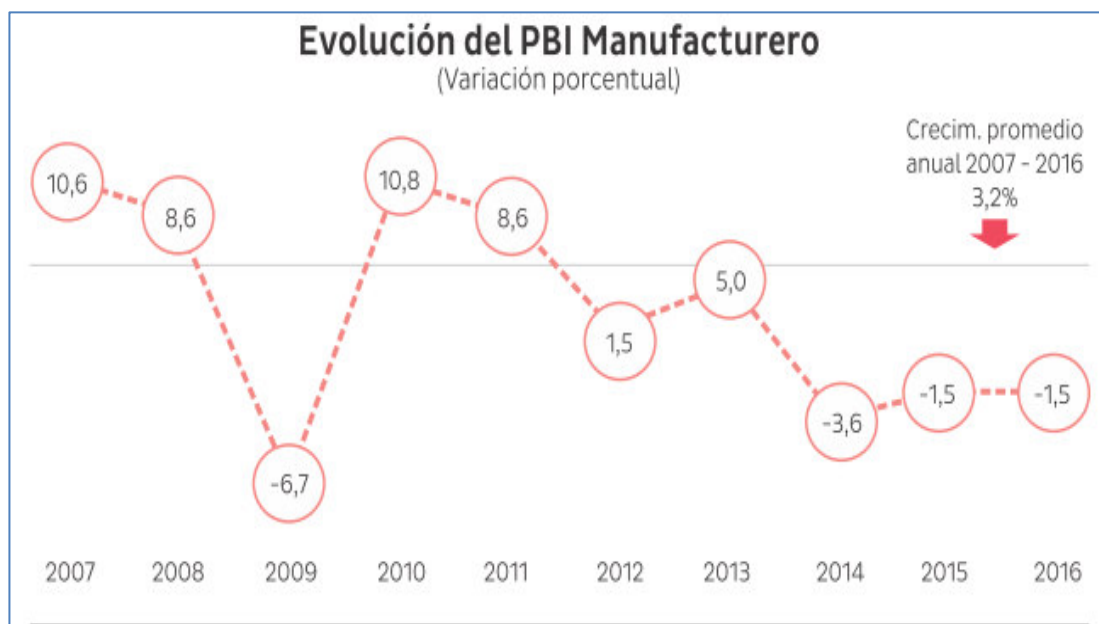


Elaboración. PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Fuente. Datos tomados de BCRP

Del cuadro anterior, se observa que el año 2007 el aporte de la Industria Manufacturera al Producto Bruto Interno (PBI) fue de 16.5% y el año 2016 se redujo a 12.8%.

Gráfico 27: Perú: Evolución del PBI Manufacturero 2007-2016



Elaboración. PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)
Fuente. Datos tomados de BCRP

Tal como se observa en gráfico anterior, el año 2014, el PBI manufacturero ha disminuido por TRES (03) años consecutivos, el año 2014 en 3.6% respecto al año 2013, el año 2015 ha disminuido en 1.5% respecto al año anterior y el 2016 decreció en 1.5% respecto al año 2015.

Cuadro 16: Perú: Exportaciones FOB netamente manufactureras 2007-2016

Perú: Exportaciones FOB netamente manufactureras, 2007 - 16										
(Millones de Dólares FOB)										
Rubros	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	4 300,16	5 026,95	3 842,75	4 861,04	6 308,81	7 107,92	6 603,08	6 297,09	5 525,80	5 185,46
1. Textil	1 736,42	2 025,80	1 495,14	1 560,67	1 989,71	2 176,96	1 927,85	1 799,50	1 323,88	1 195,99
2. Químico	804,75	1 040,24	837,50	1 227,89	1 654,56	1 636,04	1 509,77	1 514,61	1 392,76	1 341,48
3. Metal-Mecánico	219,59	327,72	361,24	401,73	489,33	553,49	552,33	589,23	534,93	456,75
4. Sidero - Metalúrgico	801,56	822,44	506,72	877,13	1 050,92	1 217,10	1 218,80	1 053,10	992,84	990,10
5. Minería no Metálica	164,96	175,87	148,02	251,68	491,97	722,26	721,94	663,50	696,69	640,33
6. Resto	572,88	634,89	494,13	541,94	632,32	802,07	672,38	677,16	584,71	560,80
6.1 Artesanías	1,53	1,47	0,75	0,64	4,95	1,27	0,62	1,02	1,72	1,43
6.2 Madera y papeles	361,67	427,76	335,80	359,02	401,55	437,91	427,14	416,11	351,51	322,01
6.3 Piel y cueros	31,80	27,93	17,82	23,23	33,42	31,51	30,20	36,87	27,83	27,41
6.4 Varios (inc. joyería)	177,88	177,73	139,77	159,04	192,41	331,39	214,42	223,16	203,65	209,95

Elaboración. PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

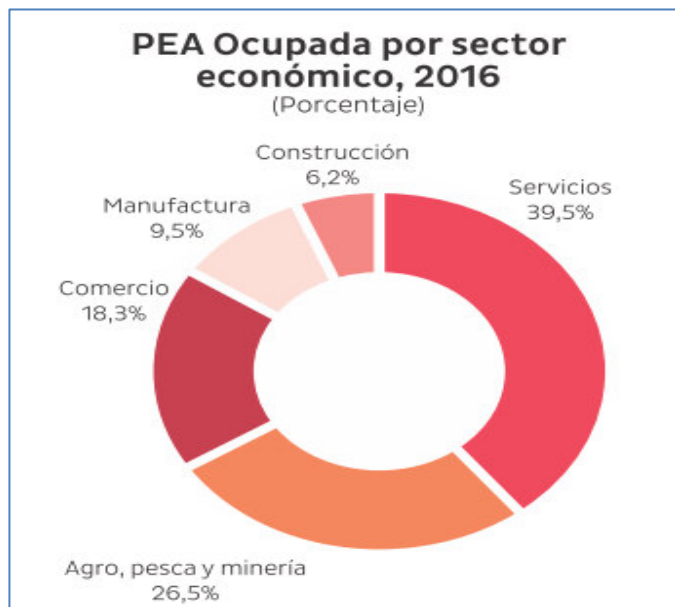
Fuente. Datos tomados de SUNAT

Del cuadro anterior se observa que los principales sectores manufactureros son: Textil, Químico, Metal-mecánico, Sidero-metalúrgico (hierro y acero), Minería no metálica, y otros (como Artesanías, Madera y Papeles, Piel y Cueros, etc.).

El año 2007, las exportaciones del sector Textil sumaron US\$ 1,736 millones, monto que representó el 40% de las exportaciones netamente manufactureras que sumaron US\$ 4,300 millones. Asimismo, el año 2016, las exportaciones del sector Textil sumaron US\$ 1,195 millones, monto que representó el 23% de las exportaciones netamente manufactureras que sumaron US\$ 5,185 millones.

2.3.10 Empleo Manufacturero

Gráfico 28: Perú: PEA Ocupada por sector económico 2016



Elaboración. PRODUCE-Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Fuente. Datos tomados de INEÍ – Encuesta Nacional de Hogares 2016

De acuerdo al gráfico anterior y Según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH), el sector manufacturero concentró el 9.5% del total de los puestos de trabajo en 2016, porcentaje que corresponde a 1,541 miles de trabajadores de la PEA Ocupada, cifra mayor en 39 mil trabajadores en relación al año 2015.

2.3.11 Relación de Mypes exportadoras encuestadas

Cuadro 17: Relación de Mypes exportadoras encuestadas

N°	RUC	Empresa	Dirección	Inicio de actividad	Actividad de Comercio Exterior	N° de Trabajadores	Teléfonos
1	20491926903	TOM GUTIE COMPANY S.A.C.	CAL.SAN AUGUSTO AURELIO MZA. T1 LOTE. 02 URB. VILLA MARINA LIMA - LIMA - CHORRILLOS	01/08/2008	IMPORTADOR/EXPORTADOR	4	51-1-715-8730
2	20107745948	NAKAYAMA DEL PERU S.A.C.	AV. PASEO DE LA REPUBLICA NRO. 6108 URB. SAN ANTONIO LIMA - LIMA - MIRAFLORES	02/01/1984	IMPORTADOR/EXPORTADOR	24	51-1-447-3939
3	20117470271	INVERSIONES INDUSTRIALES PARACAS S.A.C.	AV. LOS FRUTALES NRO. 909 URB. MONTEERRICO (FRENTE A LA UNIFE - UNIVERSIDAD FEMENINA) LIMA - LIMA - LA MOLINA	16/12/1991	IMPORTADOR/EXPORTADOR	145	51-1-717-9437
4	20509252182	PERU ETNICO S.A.C.	CALLOS HALCONES MZA. F-2 LOTE. 8 URB. EL CLUB DE HUACHIPA (ALT DE COMISARIA) LIMA - LIMA - LURIGANCHO	13/08/2004	IMPORTADOR/EXPORTADOR	17	51-1-3710449
5	20511653909	VENATOR S.A.C.	CAL.CAMINO REAL 1801 MZA. A LOTE. 9 Z.I. INDUSTRIAL (PANSANDO PUERTA PRINCIPAL PARQUE INDUSTR) LIMA - LIMA - SANTIAGO DE SURCO	01/10/2005	IMPORTADOR/EXPORTADOR	88	51-1-2470973
6	20513176962	ABLIMATEX EXPORT S.A.C.	JR. ITALIA NRO. 1404 INT. 4-A (4TO. PISO) LIMA - LIMA - LA VICTORIA	18/05/2006	IMPORTADOR/EXPORTADOR	50	51-1-325-1232
7	20513513471	PRIMA EXIMPORT S.A.C.	CALDOS MZA. C LOTE. 03 URB. INDUSTRIAL LA MERCED (ALT PARALELA CALLE LOS PLASTICOS) LIMA - LIMA - ATE	07/07/2006	IMPORTADOR/EXPORTADOR	54	51-1-349-9515
8	20493114868	CORDITEX S.A.C.	CAL.SAN CARLOS MZA. C LOTE. 9B INT. 1ERP URB. SANTA MARTHA (CRUCE AV. SEP. INDUSTRIAL CON RIEL TREN) LIMA - LIMA - ATE	11/07/2008	IMPORTADOR/EXPORTADOR	12	51-1-777-0391
9	20144048301	CANGALLO Y CIA. S.A	CALLOS EBANISTAS NRO. 108 URB. EL ARTESANO (1ER Y 2DO PISO - A 1 CDRA AV LA MOLINA) LIMA - LIMA - ATE	07/11/1990	EXPORTADOR	62	51-1-435-5254
10	20419470041	T.J.C. PERU S.A	AV. SANTA CRUZ NRO. 515 LIMA - LIMA - MIRAFLORES	01/01/1999	IMPORTADOR/EXPORTADOR	20	51-1-422-2272
11	20506123098	FASHION COMPANY S.A.C.	AV. SANTA CRUZ NRO. 515 URB. MIRAFLORES LIMA - LIMA - MIRAFLORES	15/03/2003	IMPORTADOR/EXPORTADOR	18	51-1-264-5300
12	20521885395	ADRENALINA S.A.C.	AV. HUAROCHIRI NRO. 1225 URB. MAYORAZGO (FINAL AV.JAVIER PRADO ALT.OVALO MONUME) LIMA - LIMA - ATE	07/05/2009	IMPORTADOR/EXPORTADOR	2	51-1-326-7168
13	20510583303	ALANI E.I.R.L	CAL.DINAMARCA MZA. X-1 LOTE. 21 URB. PORTALES DE J.PRADO 3 ET (ALT PDRO LINEA DAEWOO/ESP. GRIFO V.ALEGR) LIMA - LIMA - ATE	03/05/2005	IMPORTADOR/EXPORTADOR	2	51-1-351-6095
14	20505615001	INNOVA INTERNATIONAL TRADING S.A.C.	CALLE FLORA TRISTAN 206-URB.SANTA PATRICIA -LA MOLINA	02/07/2003	IMPORTADOR/EXPORTADOR	3	51-1-4477767

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

2.3.12 Estadística de las Mypes exportadoras encuestadas

1. TOM GUTIE COMPANY S.A.C.

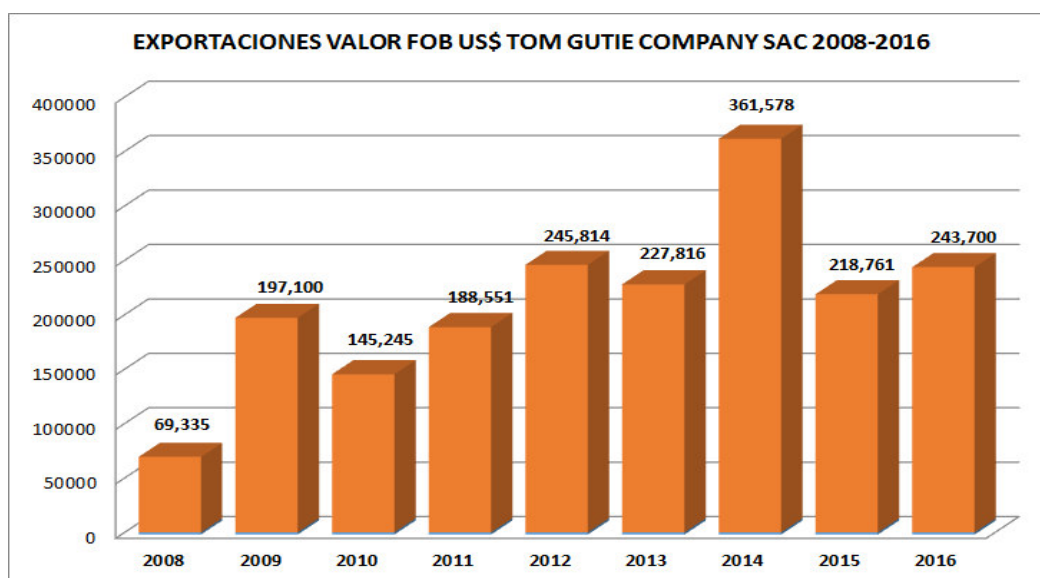
Cuadro 18: Exportaciones Tom Gutie Company SAC por país de destino (Valor FOB US\$)

N°	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO								
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Estados Unidos	58,100	51,908	97,959	85,599	88,540	143,454	214,042	117,845	173,582
2	Australia	9,231		9,635		16,953	20,508	52,030	24,675	37,855
3	Holanda			5,190		22,084	30,675	44,510	7,468	23,420
4	Ecuador				20,328	59,351	13,535	4,656	3,848	
5	Canadá			9,822	42,528	23,933	10,344	2,748		6,741
6	Reino Unido			720		4,700	2,500	40,708	42,777	
7	Estonia		88,382							
8	Finlandia	2,004	26,739	18,326	8,797	2,990		1,140	2,072	2,102
9	Suiza		15,305						20,076	
10	Alemania			3,593	27,372					
11	Luxemburgo		14,766			9,126	6,800			
12	Francia					8,270		1,745		
13	Japón					9,867				
14	Federación Rusa				3,415					
15	China				512					
TOTAL		69,335	197,100	145,245	188,551	245,814	227,816	361,578	218,761	243,700

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

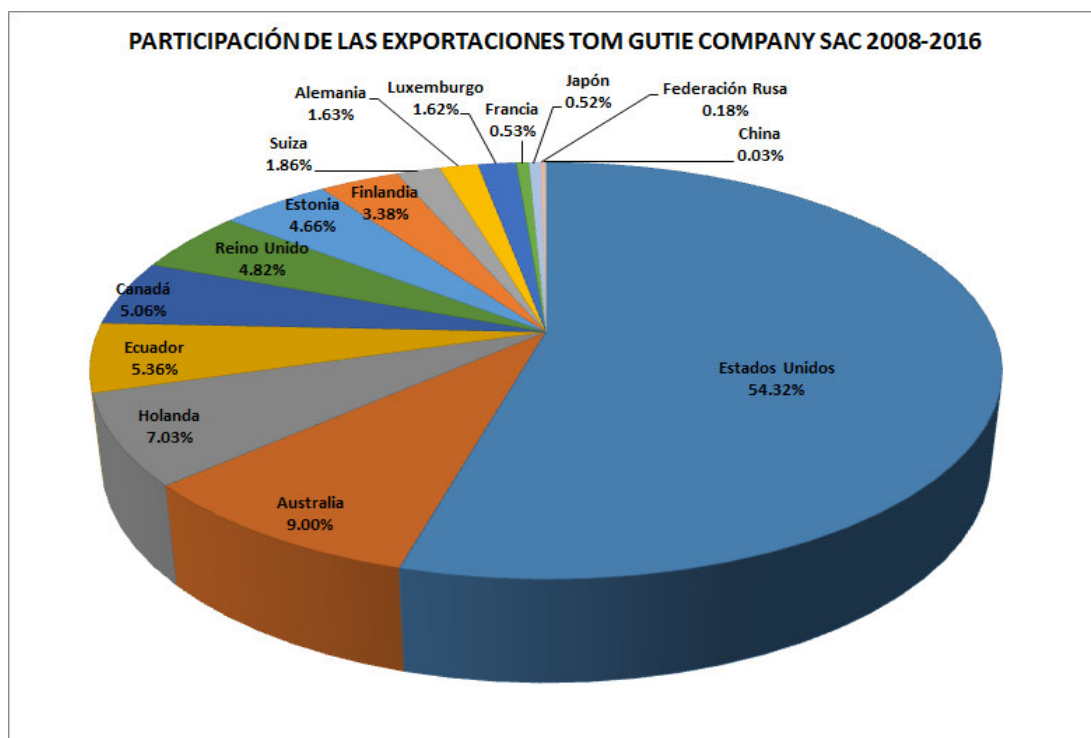
Gráfico 29: Exportaciones totales Tom Gutie Company SAC por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 30: Participación de las exportaciones Tom Gutie Company SAC por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa TOM GUTIE COMPANY S.A.C., empezó su actividad el 1 de agosto del año 2008, exportando a Estados Unidos, Australia y Holanda, países que hasta el año 2016 registran como sus principales mercados de destino. A lo largo de estos NUEVE (09) años se han diversificado sus exportaciones en QUINCE (15) países, sin embargo su participación en sus exportaciones se concentró con más del 54% en Estados Unidos, razón por la cual se generó una dependencia de este mercado. Asimismo, se observa que las exportaciones a Estados Unidos el año 2016 ha disminuido en 18.9% respecto al año 2014 y en las exportaciones totales del año 2016 ha disminuido en 32.6% respecto al año 2014. Esta empresa se dedica a la exportación de confecciones y diversas prendas de vestir.

Para superar esta caída en sus exportaciones, la empresa debe reestructurar su oferta exportable e incrementar su volumen de exportación a los otros países y no depender de Estados Unidos.

2. NAKAYAMA DEL PERU S.A.C.

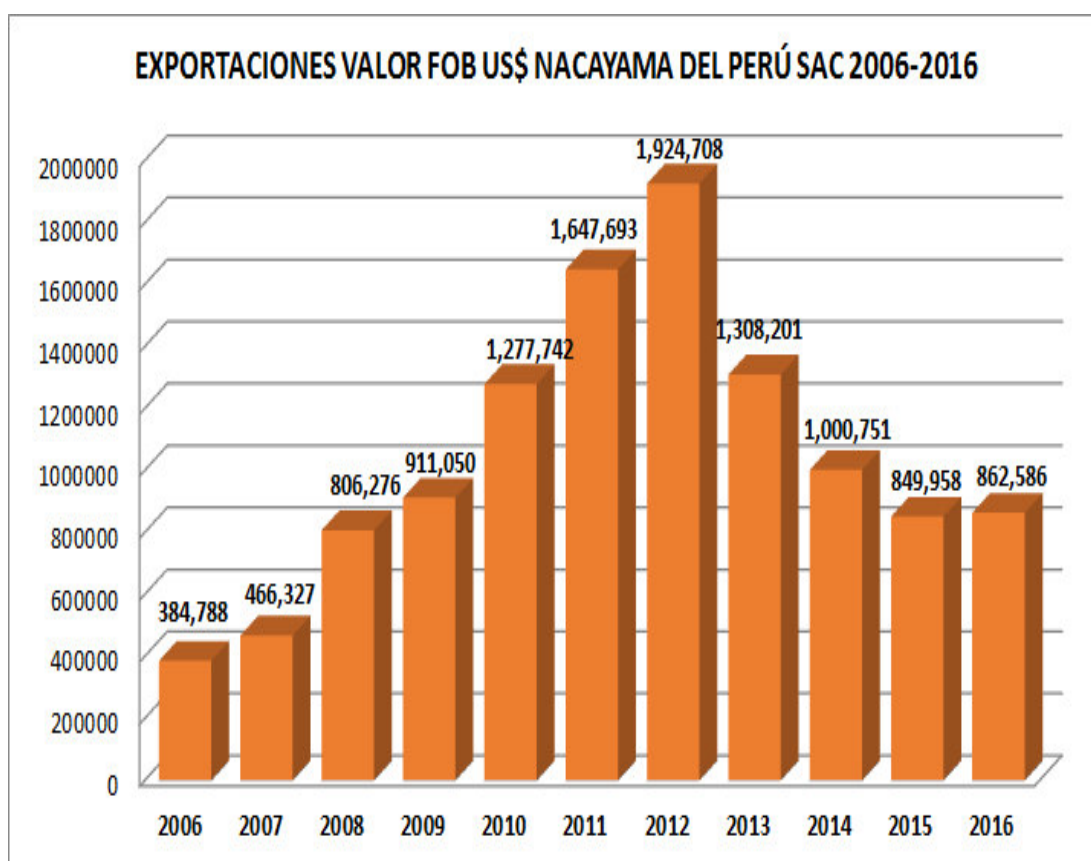
**Cuadro 19: Exportaciones Nakayama del Perú SAC por país de destino
(Valor FOB US\$)**

Nº	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO										
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Japon	384,788	466,327	806,276	911,050	1,277,742	1,647,693	1,924,708	1,308,201	1,000,751	849,958	862,586
	TOTAL	384,788	466,327	806,276	911,050	1,277,742	1,647,693	1,924,708	1,308,201	1,000,751	849,958	862,586

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

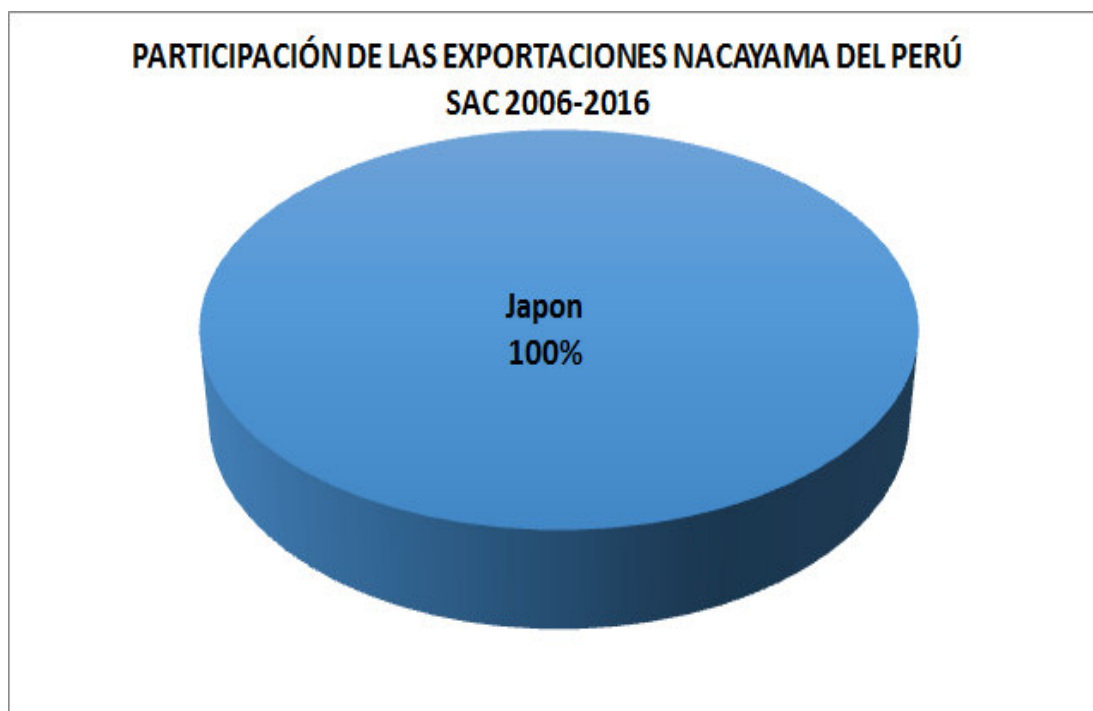
**Gráfico 31: Exportaciones totales Nakayama del Perú SAC por año
(Valor FOB US\$)**



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 32: Participación de las exportaciones Nakayama del Perú SAC por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa NAKAYAMA DEL PERU S.A.C., empezó su actividad el 2 de enero del año 1984, para caso de estudio se ha tomado estadísticas a partir del año 2006, donde se encontró que Japón es su principal y único mercado de destino de sus exportaciones, país que hasta el año 2016 registra como principal y único mercado de destino. A lo largo de estos ONCE (11) años la empresa ha demostrado poca capacidad de diversificación porque sólo ha exportado a UN (01) país, razón por la cual se generó una dependencia de este mercado. Asimismo, se observa que las exportaciones a Japón del año 2016 han disminuido en 55% respecto al año 2012. Esta empresa se dedica a la exportación de confecciones y diversa prendas de vestir.

Para superar esta caída en sus exportaciones, la empresa debe reestructurar su oferta exportable e invertir en investigación de mercados para diversificar sus exportaciones y no depender de un solo país.

3. INVERSIONES INDUSTRIALES PARACAS S.A.C.

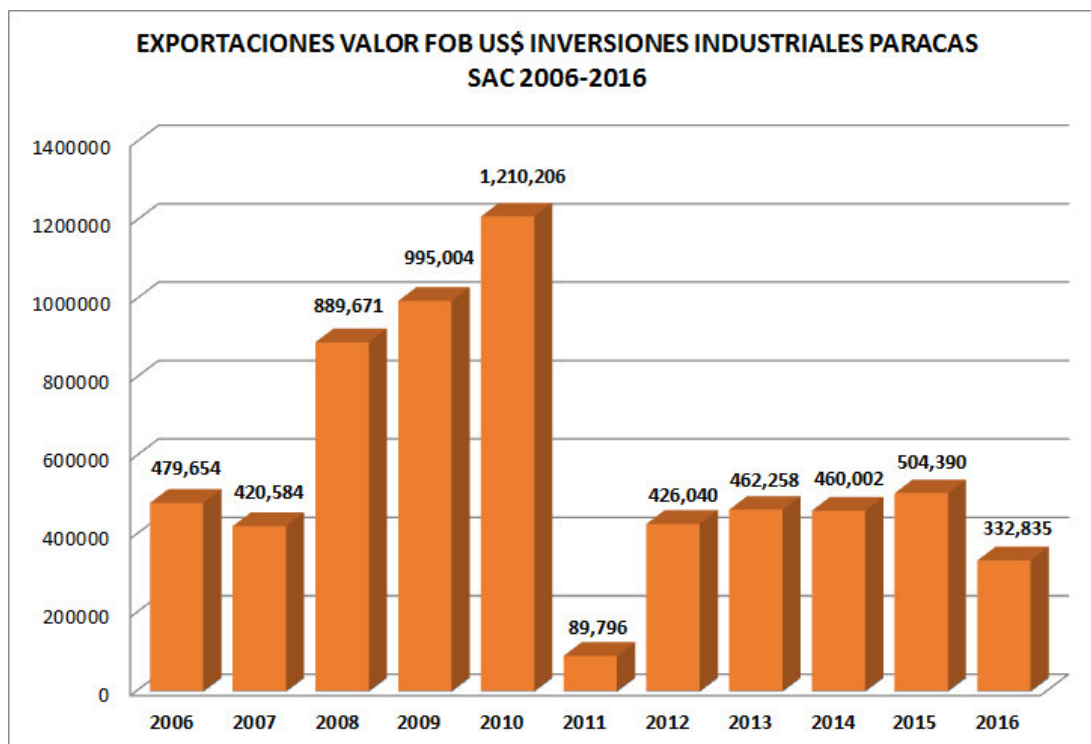
Cuadro 20: Exportaciones Inversiones Industriales Paracas SAC por país de destino (Valor FOB US\$)

N°	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO										
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Estados Unidos	403,199	233,657	693,523	785,344	1,119,910	59,113	410,691	462,258	446,164	485,356	327,835
2	Reino Unido	41,064	76,256	129,119	178,174	64,070	30,682	15,349				
3	Chile	35,391	110,671	48,841						13,838	19,034	
4	Brasil			3,590	31,486	21,945						
5	España			11,484								
6	Bolivia											5,000
7	Venezuela					4,281						
8	Colombia			3,114								
TOTAL		479,654	420,584	889,671	995,004	1,210,206	89,796	426,040	462,258	460,002	504,390	332,835

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

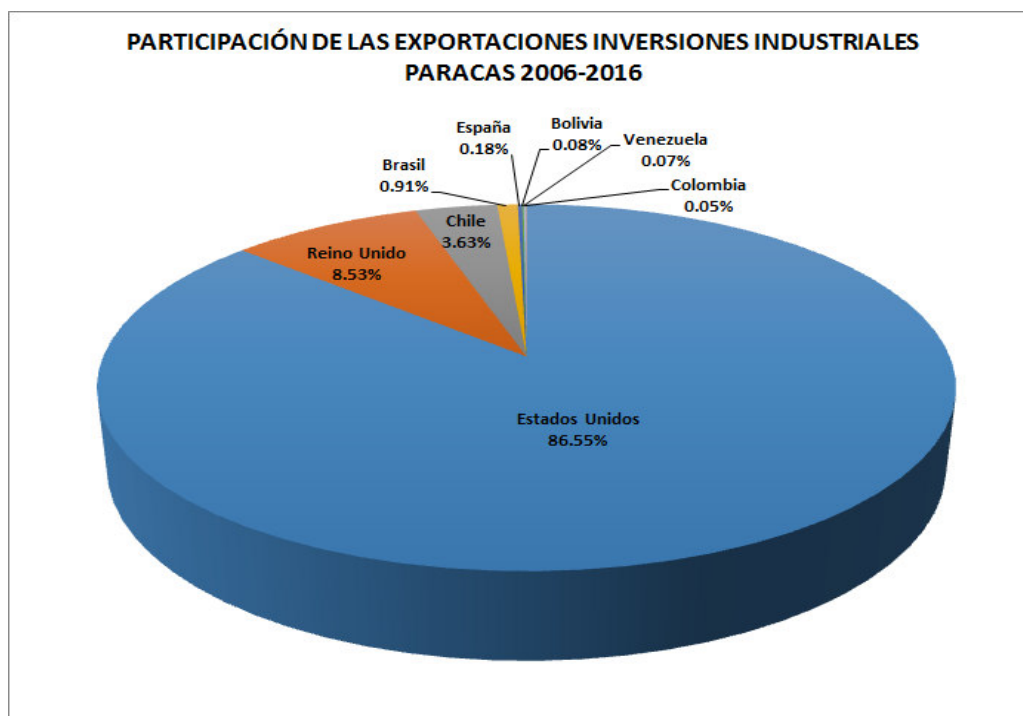
Gráfico 33: Exportaciones totales Inversiones Industriales Paracas SAC por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 34: Participación de las exportaciones Inversiones Industriales Paracas SAC por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa INVERSIONES INDUSTRIALES PARACAS S.A.C., empezó su actividad el 16 de diciembre del año 1991, para el caso de estudio se ha tomado estadísticas a partir del año 2006, donde registra exportaciones a los países de Estados Unidos, Reino Unido y Chile. A lo largo de estos ONCE (11) años se han diversificado sus exportaciones en OCHO (08) países, sin embargo su participación sus exportaciones se concentró con más del 85% en Estados Unidos, razón por la cual se generó una dependencia de este mercado. Asimismo, se observa que las exportaciones a Estados Unidos el año 2016 ha disminuido en 71% respecto al año 2010 y las exportaciones totales del año 2016 ha disminuido en 72% respecto al año 2010. Esta empresa se dedica a la exportación de prendas de vestir para bebé 100% algodón pima.

Para superar esta caída en sus exportaciones, la empresa debe reestructurar su oferta exportable e incrementar su volumen de exportación a los otros mercados y no depender de Estados Unidos.

4. PERÚ ÉTNICO S.A.C.

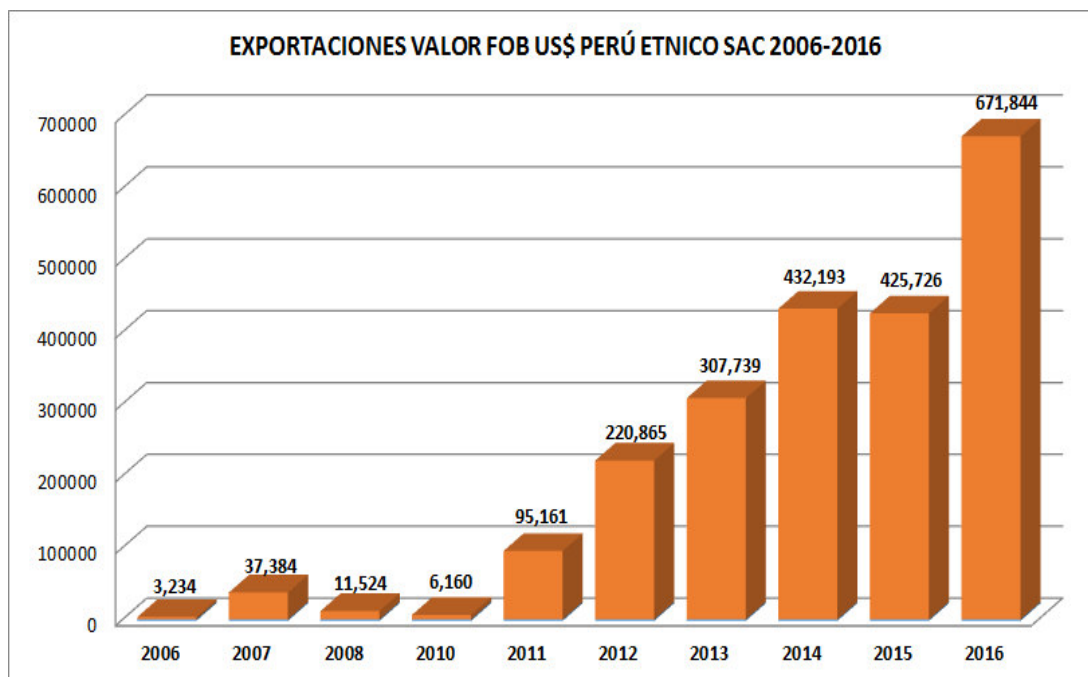
Cuadro 21: Exportaciones Perú Étnico SAC por país de destino (Valor FOB US\$)

N°	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO									
		2006	2007	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Estados Unidos					76,291	158,132	248,385	370,025	425,726	659,475
2	Australia					7,409	51,888	27,864	62,168		12,369
3	Reino Unido		21,405	11,524	6,160	11,461	10,845	26,384			
4	Países Bajos	3,234	11,480								
5	España							5,106			
6	Francia		4,499								
TOTAL		3,234	37,384	11,524	6,160	95,161	220,865	307,739	432,193	425,726	671,844

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

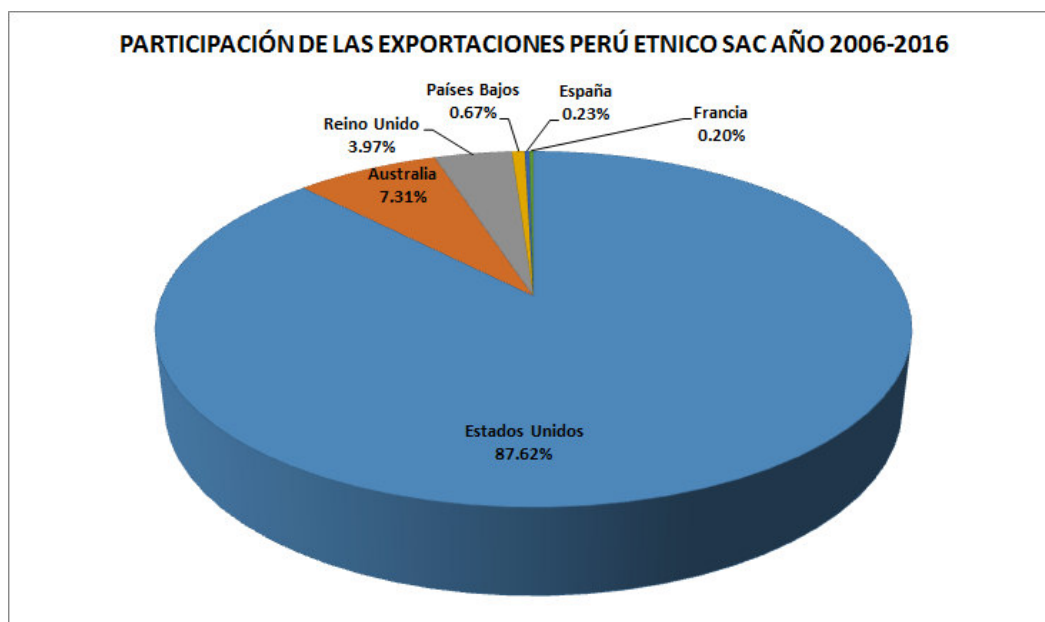
Gráfico 35: Exportaciones totales Perú Étnico SAC por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 36: Participación de las exportaciones Perú Ético SAC por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa PERÚ ETNICO S.A.C., empezó su actividad el 13 de agosto del año 2004, para el caso de estudio se ha tomado estadísticas a partir del año 2006, donde registra exportaciones sólo a Países Bajos. A lo largo de estos ONCE (11) años se ha diversificado sus exportaciones en SEIS (06) países, sin embargo la participación en sus exportaciones se concentró con más del 85% en Estados Unidos. Asimismo, se observa que las exportaciones a Estados Unidos se ha incrementado, llegando a exportar el año 2016 OCHO (08) veces respecto a lo exportado el año 2011, pero a partir del año 2014 sólo registra exportaciones a Estados Unidos y Australia, no registrando Reino Unido, Países Bajos, España y Francia. Esta empresa se dedica a la exportación de diversas prendas de vestir de Alpaca.

Si bien es cierto, las exportaciones a Estados Unidos se han incrementado, esta concentración y la poca diversificación no es buena por experiencias de otras empresas, sobre todo porque se ha dejado de exportar a CUATRO (04) países a partir del año 2014. La empresa debe incrementar su volumen de exportación a los otros países que dejó de exportar y no depender de Estados Unidos.

5. VENATOR S.A.C.

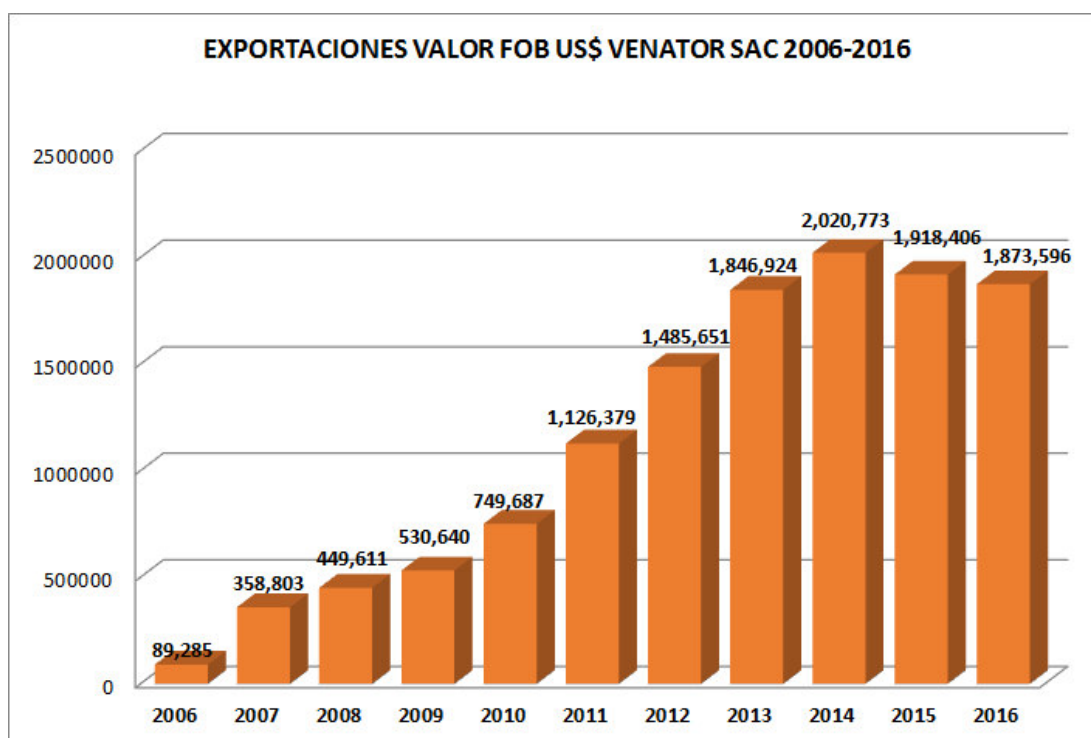
Cuadro 22: Exportaciones Venator SAC por país de destino (Valor FOB US\$)

N°	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO										
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Estados Unidos	89,285	330,182	449,611	512,952	566,340	795,329	1,170,057	1,528,477	1,486,611	1,417,164	1,344,504
2	Francia					42,965	198,858	168,738	172,443	111,371	167,639	181,917
3	Alemania		27,486		2,082	128,951	80,656	77,311	84,945	243,726	188,251	46,084
4	Reino Unido				15,606	11,432	47,554	69,546	61,060	148,781	144,952	171,549
5	Austria											109,655
6	Chile									30,284		
7	Suiza											16,512
8	Portugal						3,982					
9	Australia		1,135									
10	Italia											3,375
11	Canadá										400	
TOTAL		89,285	358,803	449,611	530,640	749,687	1,126,379	1,485,651	1,846,924	2,020,773	1,918,406	1,873,596

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

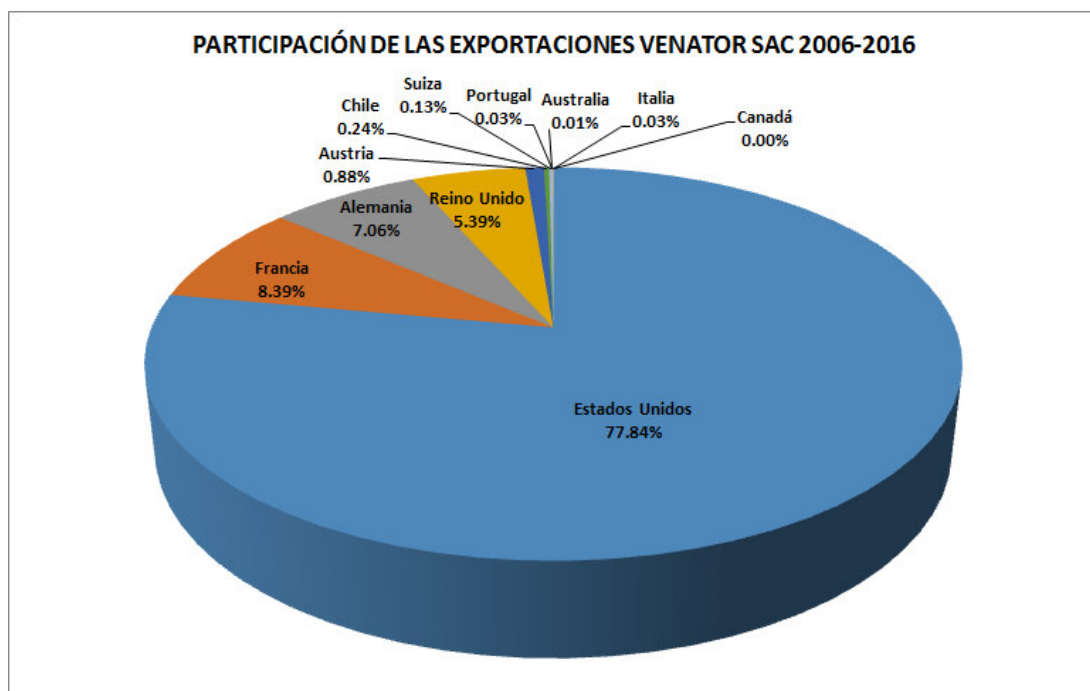
Gráfico 37: Exportaciones totales Venator SAC por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 38: Participación de las exportaciones Venator SAC por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa VENATOR S.A.C., empezó su actividad el 01 de octubre del año 2005, para el caso de estudio se ha tomado estadísticas a partir del año 2006, donde registra exportaciones sólo a Estados Unidos. A lo largo de estos ONCE (11) años se han diversificado sus exportaciones en ONCE (11) países, sin embargo la participación en sus exportaciones se concentró con más del 75% en Estados Unidos, razón por la cual se generó una dependencia de este mercado. Asimismo, se observa que las exportaciones a Estados Unidos el año 2016 ha disminuido en 12% respecto al año 2013 y las exportaciones totales del año 2016 ha disminuido en 7% respecto al año 2014. Esta empresa se dedica a la exportación de prendas de vestir para damas 100% algodón pima.

Para superar esta caída en sus exportaciones, la empresa debe reestructurar su oferta exportable e incrementar su volumen de exportación a los otros mercados y no depender de Estados Unidos.

6. ABLIMATEX EXPORT S.A.C.

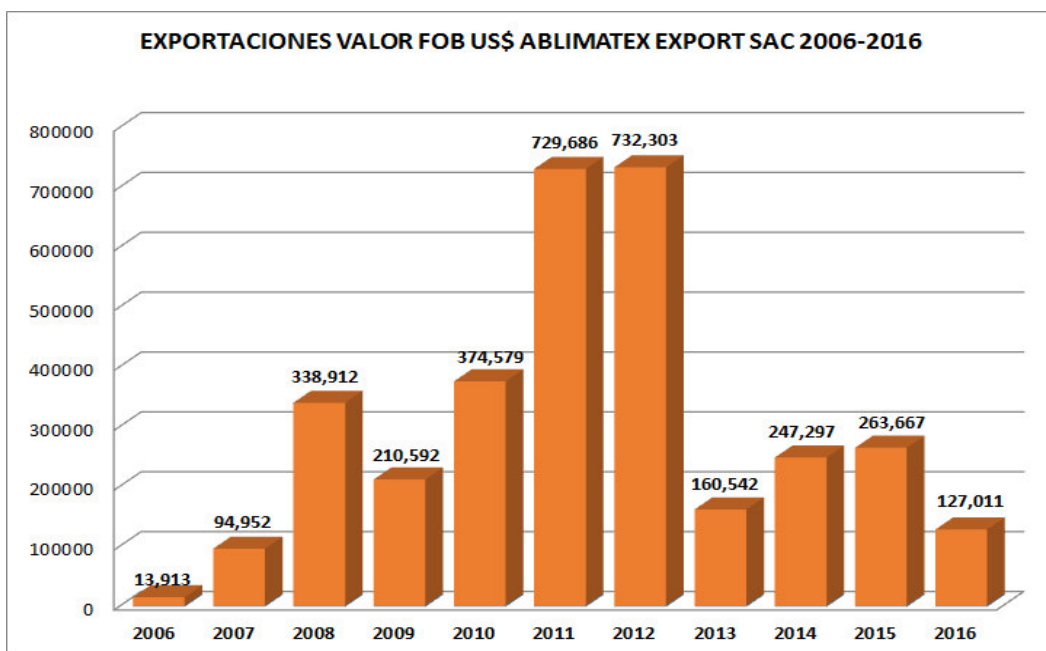
Cuadro 23: Exportaciones Ablimatex Export SAC por país de destino (Valor FOB US\$)

N°	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO										
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Venezuela		12,306	241,258	156,262	163,073	476,847	425,330				
2	Ecuador			25,707	30,105	139,461	76,935	97,645	46,095	84,992	175,767	42,708
3	Estados Unidos			39,077	6,520	37,370	87,788	50,134	71,694	63,417	41,334	14,967
4	Chile	13,913	82,646	26,712	17,705						8,379	45,816
5	Argentina						50,067	119,664			6,284	
6	Brasil						12,071	29,392	36,546	43,918	2,105	
7	España			6,158		34,674						
8	Costa Rica									5,549	17,736	13,126
9	Francia									24,711		
10	Panamá						5,168	10,139	3,665	4,350		
11	Australia									20,359		
12	México						17,165					
13	Japón											10,395
14	Uruguay								2,542		4,277	
15	El Salvador										3,947	
16	Oman										3,838	
17	España						3,645					
TOTAL		13,913	94,952	338,912	210,592	374,579	729,686	732,303	160,542	247,297	263,667	127,011

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

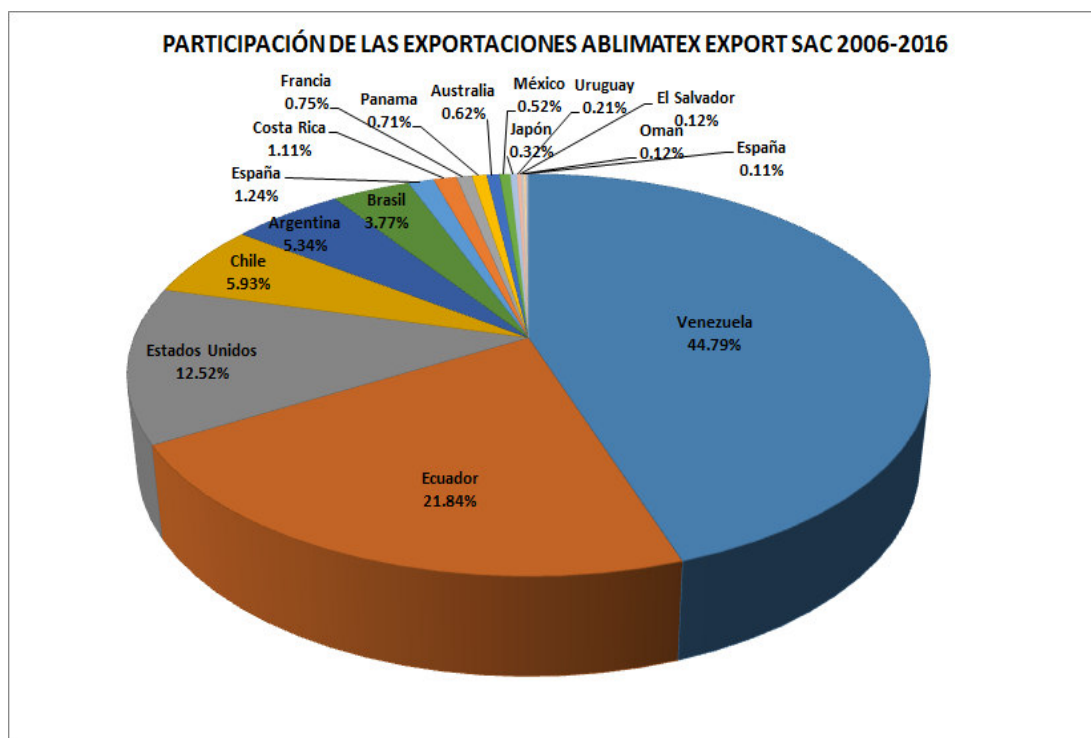
Gráfico 39: Exportaciones totales Ablimatex Export SAC por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 40: Participación de las exportaciones Ablimatex Export SAC por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa ABLIMATEX EXPORT S.A.C., empezó su actividad el 18 de mayo del año 2006, registrando exportaciones sólo a Chile. A lo largo de estos ONCE (11) años se han diversificado sus exportaciones en DIECISIETE (17) países, sin embargo su participación en sus exportaciones se concentró en Venezuela hasta el año 2012 con un promedio de 44%, a partir del año 2013 no registra exportaciones a Venezuela, razón por la cual las exportaciones totales del año 2016 ha disminuido en 83% respecto al año 2012. Esta empresa se dedica a la exportación de diversas prendas de vestir 100% de algodón pima.

Para superar esta caída en sus exportaciones, la empresa debe reestructurar su oferta exportable e incrementar su volumen de exportación a los otros DIECISÉIS (16) mercados.

7. PRIMA EXIMPORT S.A.C.

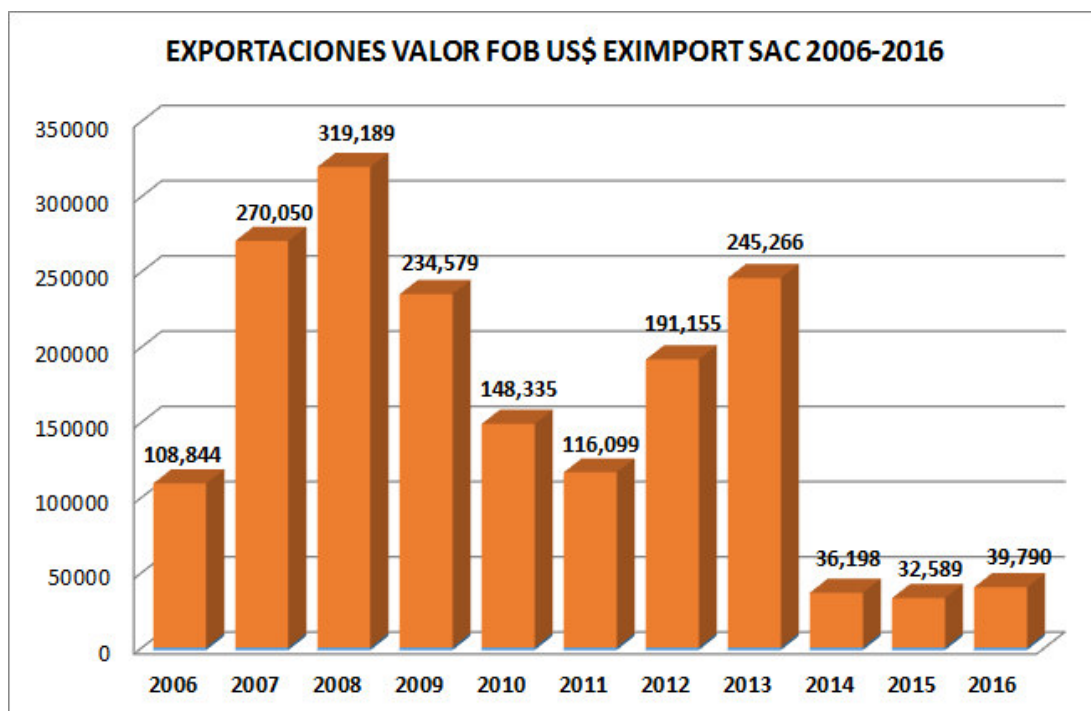
**Cuadro 24: Exportaciones Prima Eximport SAC por país de destino
(Valor FOB US\$)**

Nº	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO										
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Estados Unidos	108,844	270,050	319,189	227,079	145,678	110,890	188,380	230,247	36,198	32,589	39,790
2	Guatemala				7,500	2,657			6,169			
3	Chile							2,775	8,849			
4	Bolivia						5,209					
TOTAL		108,844	270,050	319,189	234,579	148,335	116,099	191,155	245,266	36,198	32,589	39,790

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

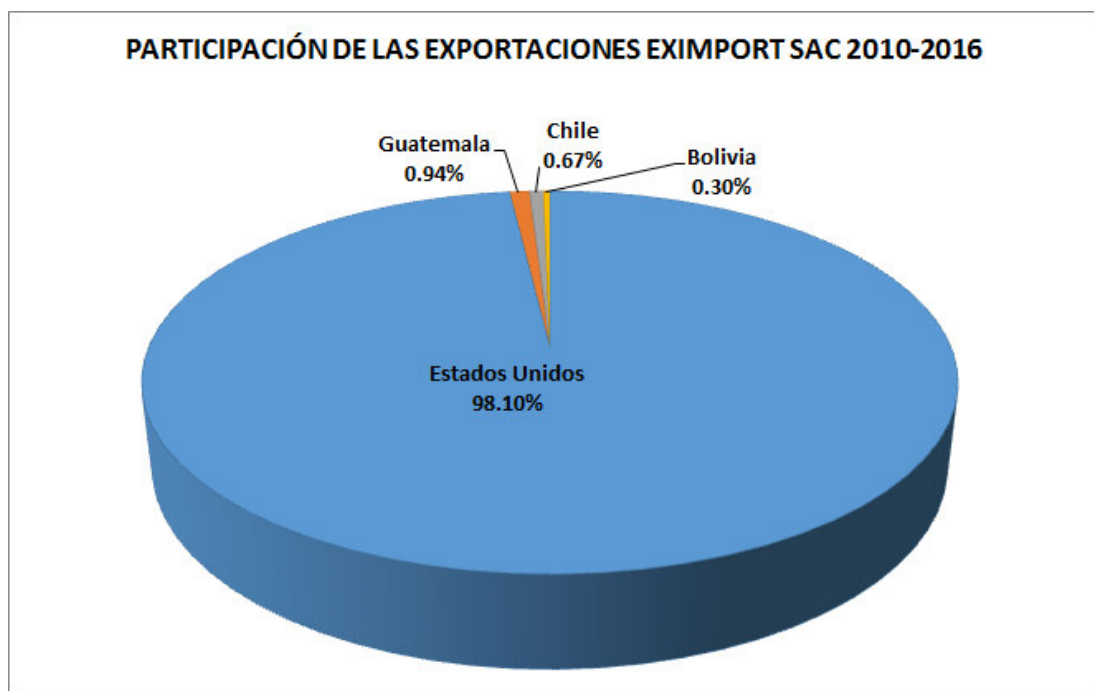
Gráfico 41: Exportaciones totales Prima Eximport SAC por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 42: Participación de las exportaciones Prima Eximport SAC por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa PRIMA EXIMPORT S.A.C., empezó su actividad el 07 de julio del año 2006, registrando exportaciones sólo a Estados Unidos. A lo largo de estos ONCE (11) años se ha diversificado sus exportaciones en CUATRO (04) países, sin embargo su participación en sus exportaciones se concentró con más del 98% en Estados Unidos, razón por la cual se generó una dependencia de este mercado. Asimismo, se observa que las exportaciones a Estados Unidos el año 2016 han disminuido en 98% respecto al año 2008. Esta empresa se dedica a la exportación de diversas prendas de vestir para damas, como por ejemplo; polos, pantalones, vestidos, etc.

Para superar esta caída en sus exportaciones, la empresa debe reestructurar su oferta exportable e invertir en investigación de mercados para diversificar e incrementar sus volumen de exportación y no depender de Estados Unidos.

8. CORDITEX S.A.C.

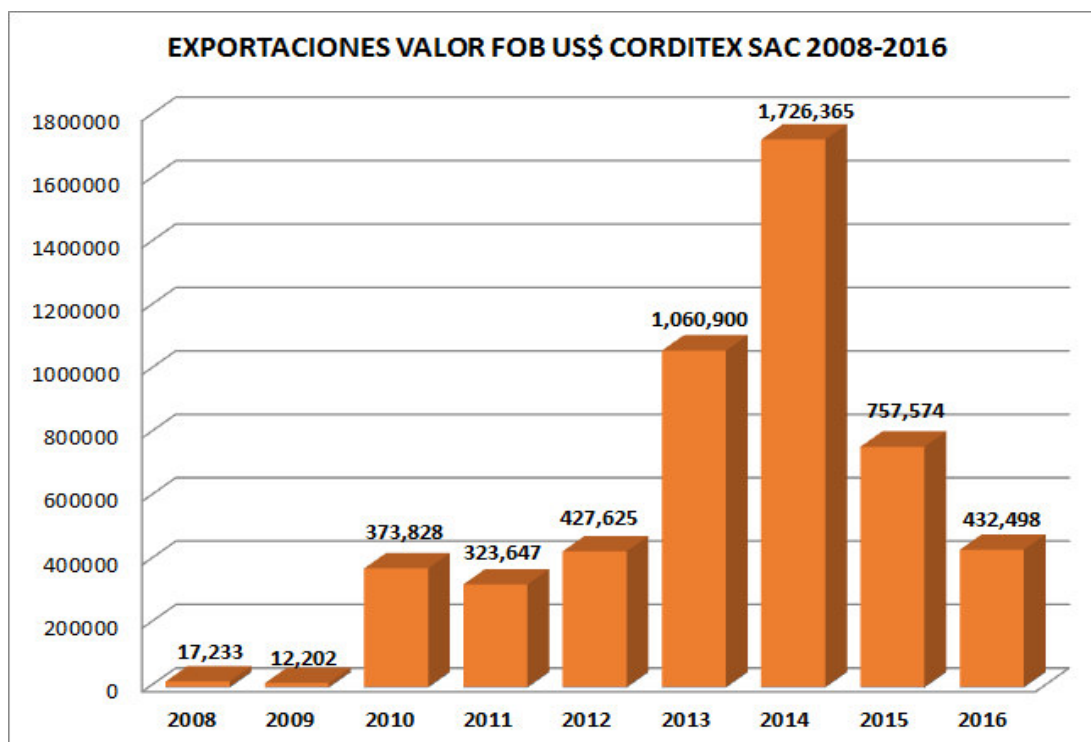
Cuadro 25: Exportaciones Corditex SAC por país de destino (Valor FOB US\$)

N°	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO								
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Colombia	17,233	12,202	284,516	284,611	427,625	981,200	788,848	207,415	116,132
2	Ecuador							638,208	514,414	316,366
3	Brasil						852	260,424	22,218	
4	Chile			89,312	39,035		15,660			
5	México						63,188			
6	Puerto Rico							38,885	13,526	
TOTAL		17,233	12,202	373,828	323,647	427,625	1,060,900	1,726,365	757,574	432,498

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

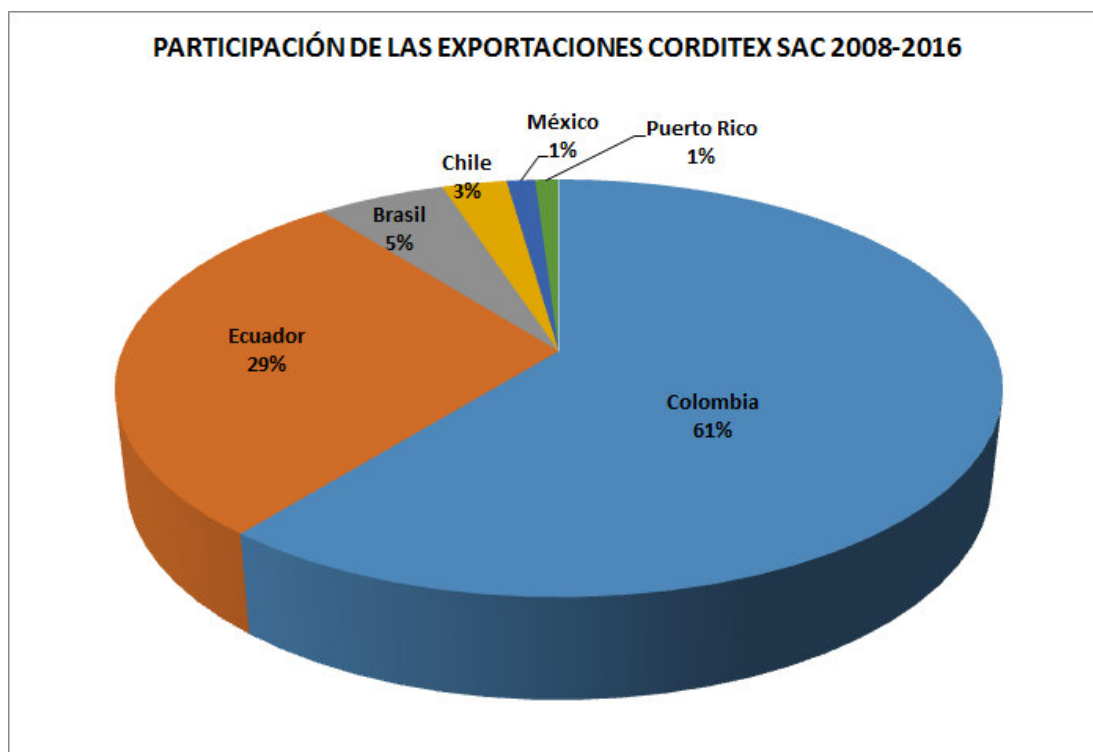
Gráfico 43: Exportaciones totales Corditex SAC por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 44: Participación de las exportaciones Corditex SAC por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa CORDITEX S.A.C., empezó su actividad el 11 de julio del año 2008, registrando exportaciones sólo a Colombia. A lo largo de estos NUEVE (09) años se han diversificado sus exportaciones en SEIS (06) países, sin embargo la participación en sus exportaciones se concentró con más del 60% en Colombia, razón por la cual se generó una dependencia de este mercado. Asimismo, las exportaciones a Colombia del año 2016 ha disminuido en 88% respecto al año 2013 y las exportaciones totales del año 2016 ha disminuido en 75% respecto al año 2014. Esta empresa se dedica a la exportación de diversas prendas de vestir para hombre, como por ejemplo; polos, t-shirt, etc.

Para superar esta caída en sus exportaciones, la empresa debe reestructurar su oferta exportable e incrementar su volumen de exportación a los otros mercados.

9. CANGALLO Y CIA. S.A.

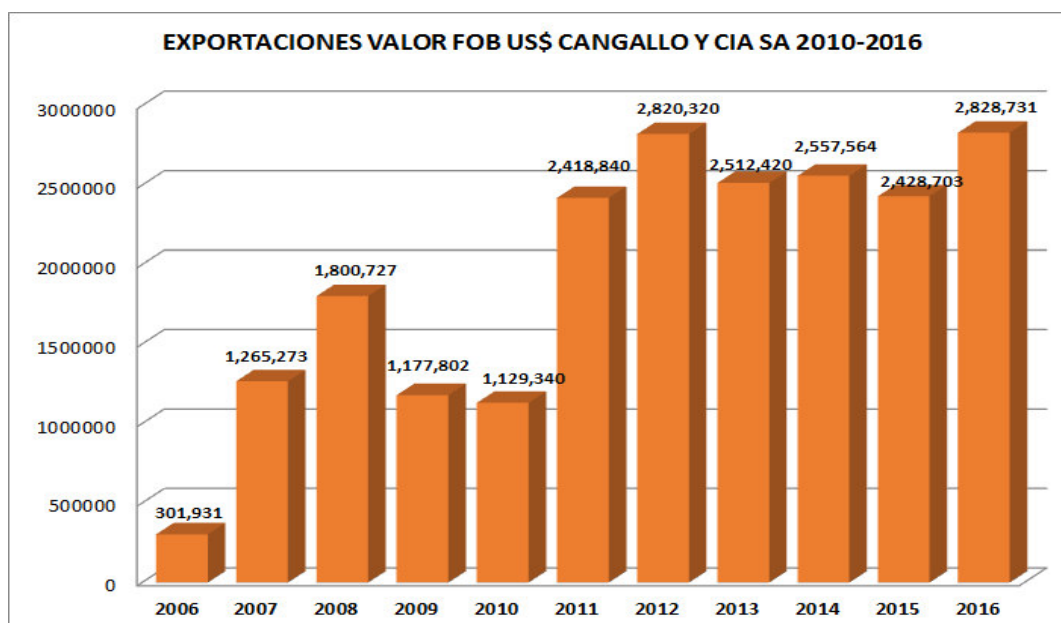
Cuadro 26: Exportaciones Cangallo y Cia. SA por país de destino (Valor FOB US\$)

N°	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO										
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Argentina			456,896	173,149	298,876	1,041,522	1,481,417	1,472,012	1,441,910	821,190	1,957,860
2	Estados Unidos	108,190	334,067	456,896	424,403	520,571	841,331	602,962	34,575			181,648
3	Chile	43,481	93,134		36,726	77,859	253,712	240,620	433,127	616,584	948,028	492,316
4	Venezuela	150,259	838,072	847,065	309,955	93,014	112,708	131,557				
5	Brasil			8,278	36,610	77,526	143,296	115,910	378,372	254,043	278,643	63,448
6	Colombia				12,578	53,245	8,084	179,910	91,776	170,558	104,166	127,308
7	Paraguay				651					57,593	235,022	6,152
8	España			28,999	99,272							
9	Países Bajos			2,594	77,907		3,110	30,416				
10	Uruguay						15,076	16,856	43,040	14,830	3,995	
11	Costa Rica								40,651	2,044	37,660	
12	México				6,551			13,050				
13	Israel								14,677			
14	México							7,623				
15	Polonia								4,191			
16	Belgica					4,186						
17	Canadá					4,064						
TOTAL		301,931	1,265,273	1,800,727	1,177,802	1,129,340	2,418,840	2,820,320	2,512,420	2,557,564	2,428,703	2,828,731

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

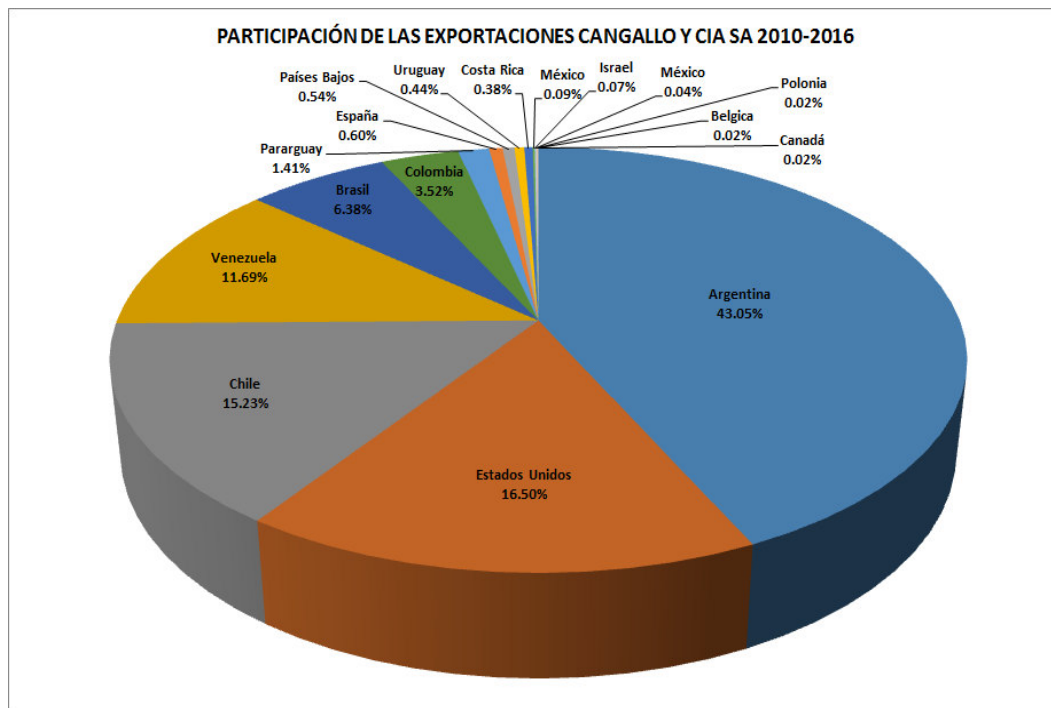
Gráfico 45: Exportaciones totales Cangallo y Cia. SA por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 46: Participación de las exportaciones Cangallo y Cia. SA por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa CANGALLO Y CIA. S.A., empezó su actividad el 07 de noviembre del año 1990, para el caso de estudio se ha tomado estadísticas a partir del año 2006, donde registra exportaciones a los países de Estados Unidos, Chile y Venezuela. A lo largo de estos ONCE (11) años se han diversificado sus exportaciones en DIECISIETE (17) países, como son; Argentina (43.1%), Estados Unidos (16.5%), Chile (15.2%), Venezuela hasta el 2012 (11.7%), Brasil (6.5%), etc. La participación de sus exportaciones de la mencionada empresa se encuentra bien diversificada, a pesar que se dejó de exportar a Venezuela a partir del año 2013. Asimismo, las exportaciones totales del año 2016 registran variación respecto al año 2012. Esta empresa se dedica a la exportación de diversas prendas de vestir para damas y caballeros, como por ejemplo; short, t-shirt, vestidos, etc.

La diversificación en la exportaciones de la empresa CANGALLO Y CIA. S.A., es una muestra de una buena oferta exportable y camino a seguir para las demás empresas del sector.

10. T.J.C. PERU S.A.

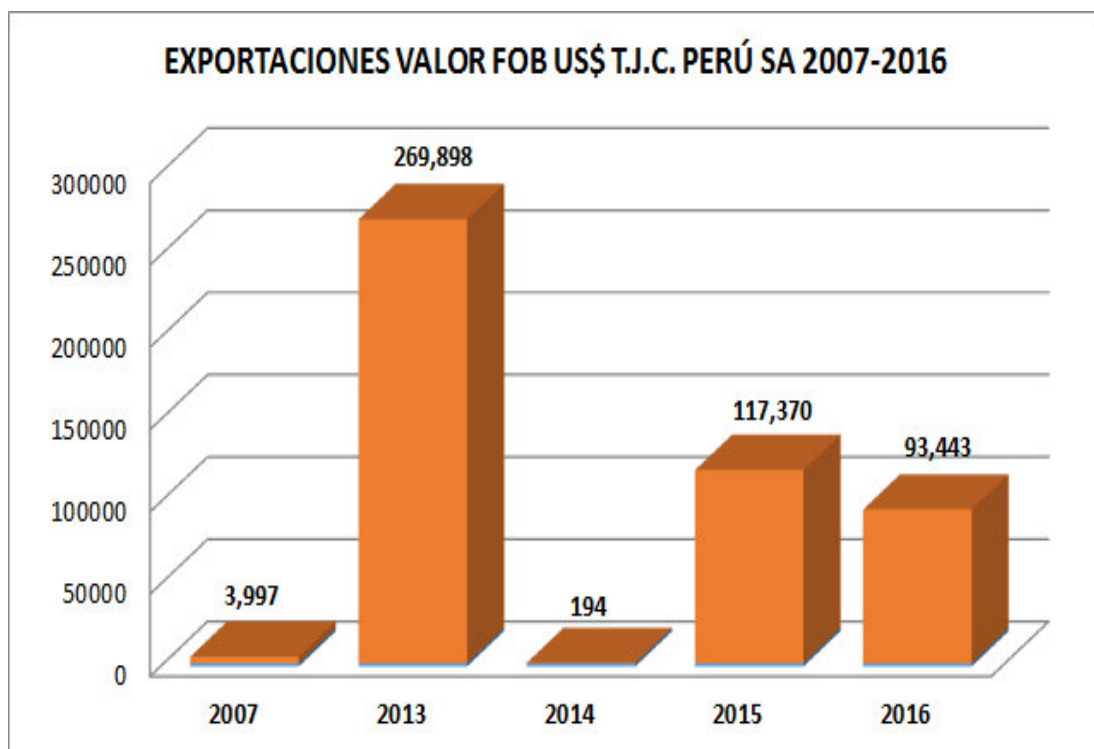
Cuadro 27: Exportaciones T.J.C. Perú SA por país de destino (Valor FOB US\$)

N°	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO				
		2007	2013	2014	2015	2016
1	Chile		269,898	194	117,370	93,443
2	Bolivia	3,997				
TOTAL		3,997	269,898	194	117,370	93,443

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 47: Exportaciones totales T.J.C. Perú SA por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 48: Participación de las exportaciones T.J.C. Perú SA por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa T.J.C. PERU S.A., empezó su actividad el 01 de enero del año 1999, para el caso de estudio se ha tomado estadísticas a partir del año 2006, donde la empresa registra exportaciones a partir del año 2007 sólo a Bolivia. A lo largo de estos ONCE (11) años la empresa sólo registra exportaciones los años 2007, 2013, 2014, 2015 y 2016, demostrando poca capacidad de diversificación porque sólo ha exportado a DOS (02) países, sin embargo su participación en sus exportaciones se concentró con más del 99% en Chile, razón por la cual se generó una dependencia de este mercado. Asimismo, se observa que las exportaciones a Chile el año 2016 han disminuido en 65% respecto al año 2013. Esta empresa se dedica a la exportación de sweaters para caballeros 100% algodón.

Para superar esta caída en sus exportaciones, la empresa debe reestructurar su oferta exportable e invertir en investigación de mercados para diversificar e incrementar sus volumen de exportación y no depender de Chile.

11. FASHION COMPANY S.A.C.

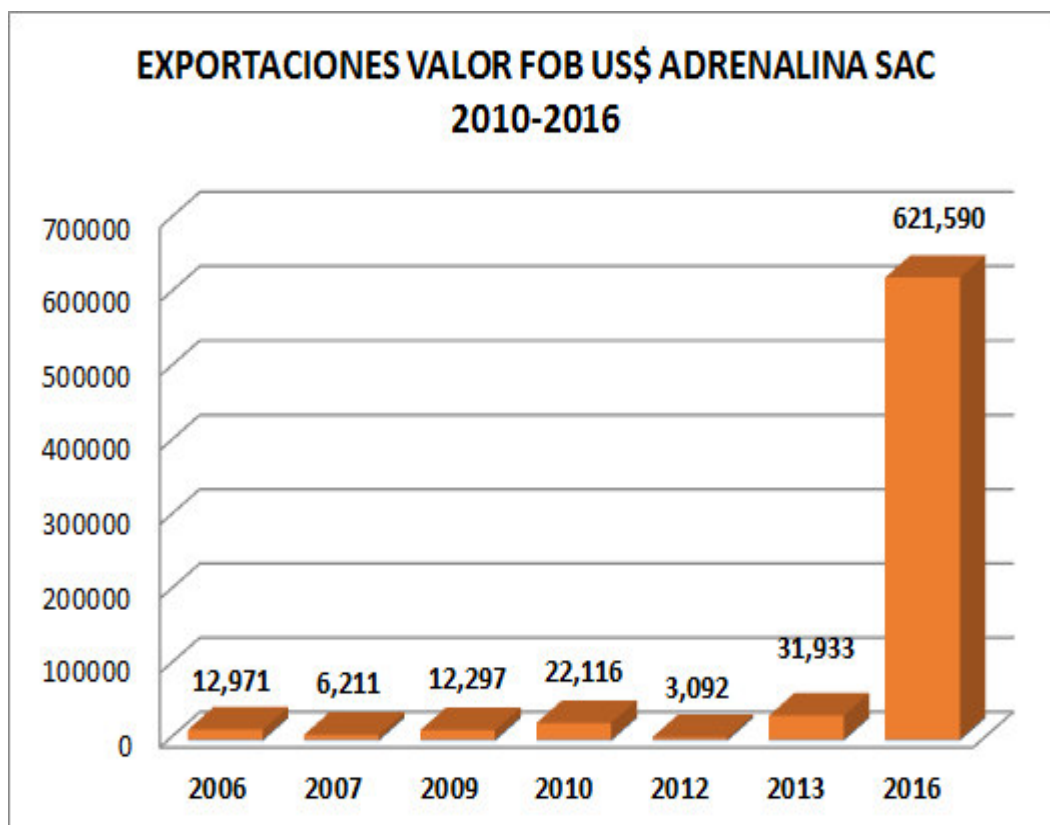
Cuadro 28: Exportaciones Fashion Company SAC por país de destino
(Valor FOB US\$)

Nº	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO						
		2006	2007	2009	2010	2012	2013	2016
1	Chile	12,971	6,211	12,297	22,116	3,092	31,933	621,590
TOTAL		12,971	6,211	12,297	22,116	3,092	31,933	621,590

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

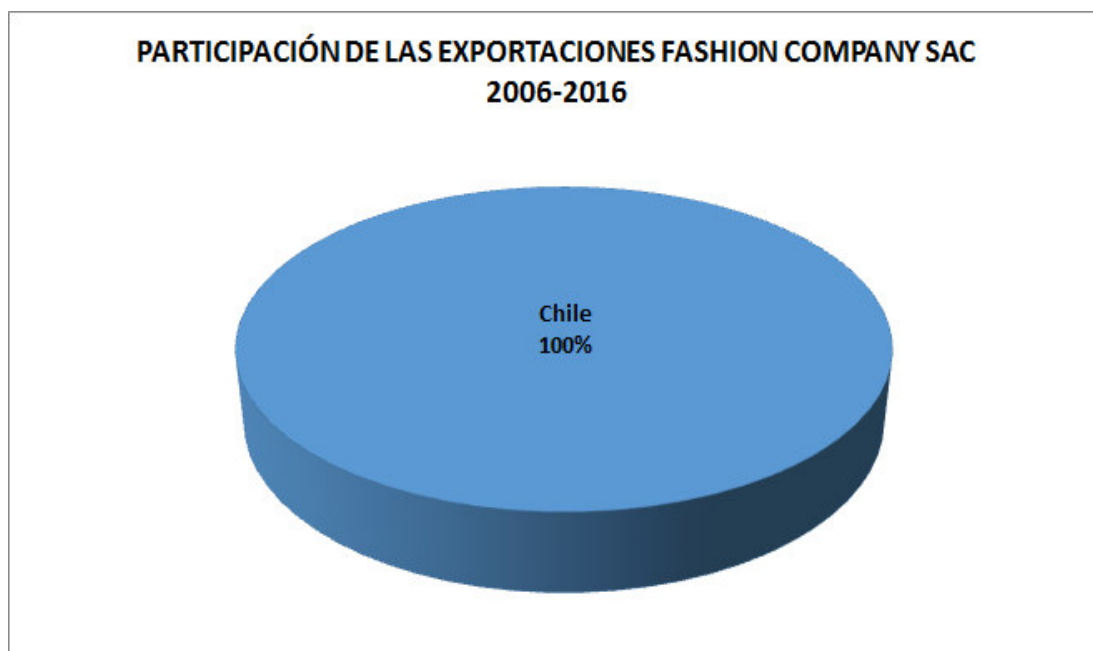
Gráfico 49: Exportaciones totales Fashion Company SAC por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 50: Participación de las exportaciones Fashion Company SAC por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa FASHION COMPANY S.A.C., empezó su actividad el 15 de marzo del año 2003, para el caso de estudio se ha tomado estadísticas a partir del año 2006, donde se encontró que Chile registra como su principal y único mercado de destino de sus exportaciones. A lo largo de estos ONCE (11) años la empresa no ha registrado exportaciones los años 2008, 2011, 2014 y 2015, demostrando poca capacidad de diversificación de sus exportaciones, porque sólo ha exportado a UN (01) país, razón por la cual se generó una dependencia de este mercado. Esta empresa se dedica a la exportación de pantalones jeans para hombres.

Si bien es cierto, las exportaciones a Chile se han incrementado el año 2016 respecto a los años anteriores, esta concentración y la poca diversificación no es buena por experiencias de otras empresas. La empresa debe reestructurar su oferta exportable e invertir en investigación de mercados para diversificar sus exportaciones y no depender de Chile.

12. ADRENALINA S.A.C.

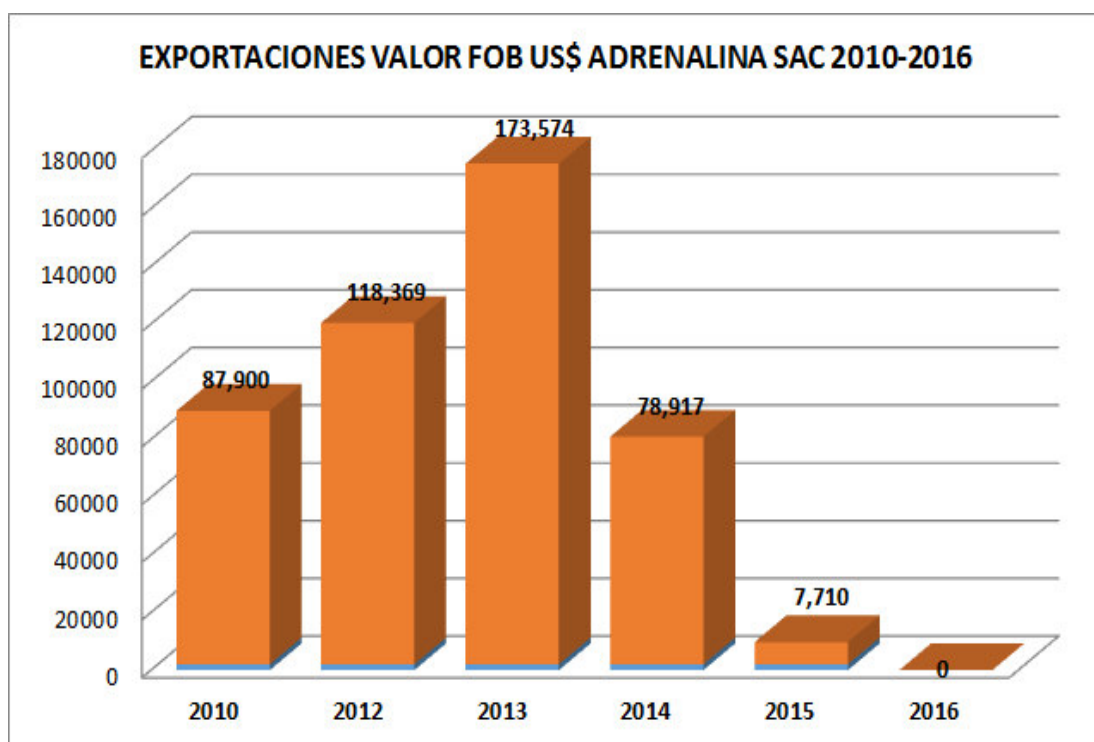
Cuadro 29: Exportaciones Adrenalina SAC por país de destino (Valor FOB US\$)

Nº	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO					
		2010	2012	2013	2014	2015	2016
1	Estados Unidos	87,900	118,369	77,239	78,917	7,710	
2	Brasil			48,716			
3	México			47,619			
TOTAL		87,900	118,369	173,574	78,917	7,710	0

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

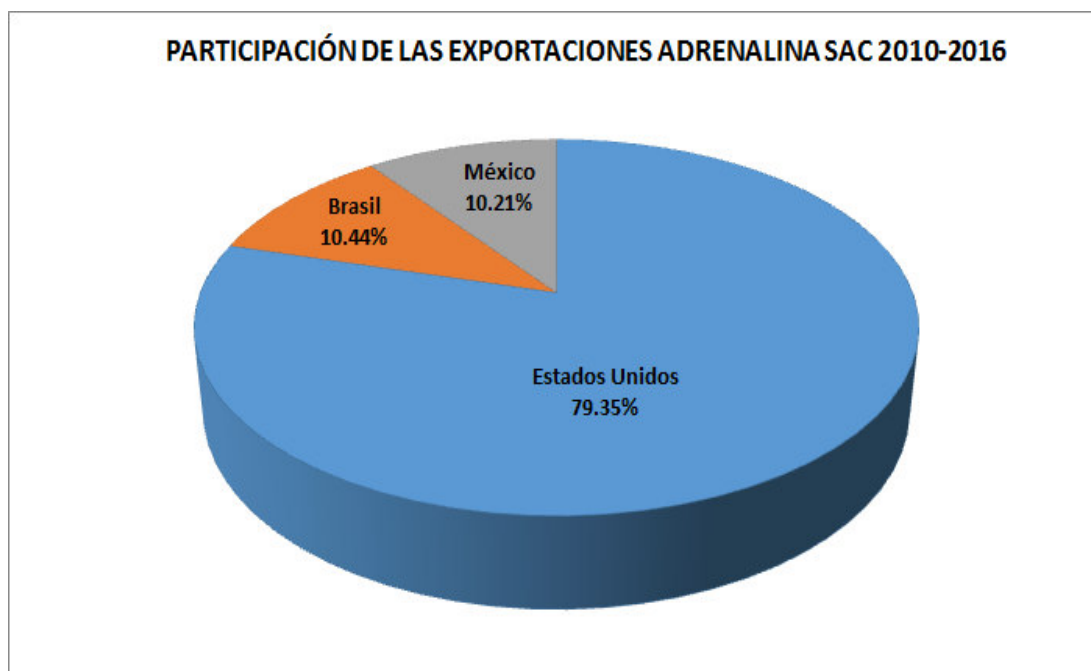
Gráfico 51: Exportaciones totales Adrenalina SAC por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 52: Participación de las exportaciones Adrenalina SAC por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa ADRENALINA S.A.C., empezó su actividad el 07 de mayo del año 2009, registrando exportaciones sólo a Estados Unidos a partir del año 2010. A lo largo de estos OCHO (08) años se han diversificado sus exportaciones en TRES (03) países, sin embargo su participación en sus exportaciones se concentró con más del 79% en Estados Unidos, razón por la cual se generó una dependencia de este mercado. Asimismo, se observa que las exportaciones a Estados Unidos el año 2015 han disminuido en 93% respecto al año 2012 y no registrando exportaciones el año 2016. Esta empresa se dedica a la exportación de diversas prendas de vestir, como por ejemplo; bividi y t-shirt para damas 100% algodón pima.

Para superar esta caída en sus exportaciones, la empresa debe reestructurar su oferta exportable e invertir en investigación de mercados para diversificar e incrementar sus volumen de exportación y no depender de Estados Unidos.

13. ALANI E.I.R.L.

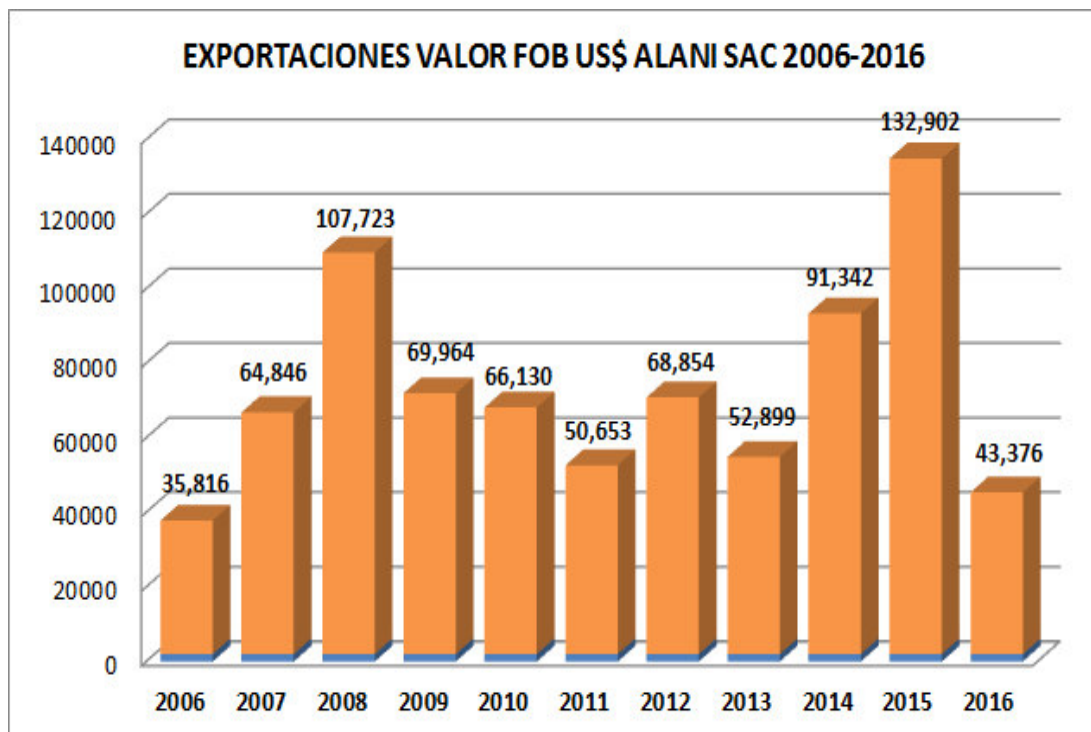
Cuadro 30: Exportaciones Alani EIRL por país de destino (Valor FOB US\$)

Nº	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO										
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Estados Unidos	6,132	14,270	60,211	14,010	26,004	20,021	45,287	30,436	60,603	111,925	32,424
2	Francia	20,302	50,576	20,333	25,018	13,158	30,039	23,567	22,463	30,739	20,977	10,953
3	Italia			9,823	25,288	26,968						
4	Finlandia			12,447	5,383							
5	España	9,383		4,910			594					
6	México				264							
TOTAL		35,816	64,846	107,723	69,964	66,130	50,653	68,854	52,899	91,342	132,902	43,376

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

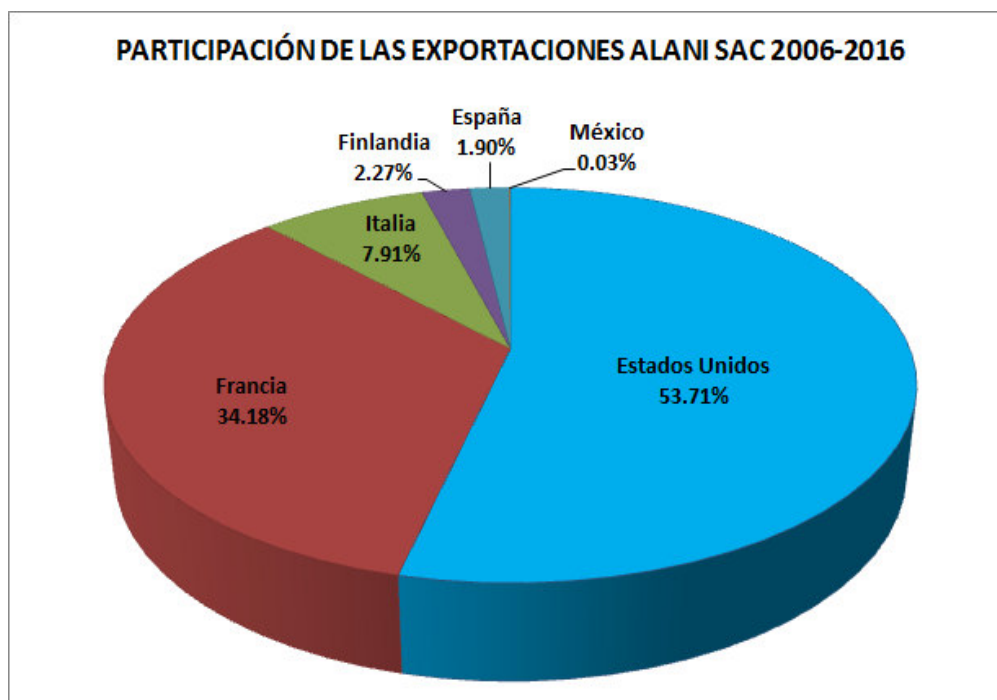
Gráfico 53: Exportaciones totales Alani EIRL por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 54: Participación de las exportaciones Alani EIRL por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa ALANI E.I.R.L., empezó su actividad el 03 de mayo del año 2005, para el caso de estudio se ha tomado estadísticas a partir del año 2006, donde registra exportaciones a los países de Estados Unidos, Francia y España. A lo largo de estos ONCE (11) años sus exportaciones se han diversificado en SEIS (06) países, sin embargo su participación en sus exportaciones se concentró con más del 53% en Estados Unidos, razón por la cual se generó una dependencia de este mercado. Asimismo, se observa que las exportaciones a Estados Unidos el año 2016 han disminuido en 71% respecto al año 2015, asimismo, las exportaciones totales del año 2016 han disminuido en 67% respecto al año 2015. Esta empresa se dedica a la exportación de diversas prendas de vestir, como por ejemplo; short, casacas con capucha para damas 100% algodón tejido plano.

Para superar esta caída en sus exportaciones, la empresa debe reestructurar su oferta exportable e incrementar su volumen de exportación a los otros países y no depender de Estados Unidos.

14. INNOVA INTERNATIONAL TRADING S.A.C.

Cuadro 31: Exportaciones Innova International Trading SAC por país de destino (Valor FOB US\$)

Nº	País	EXPORTACIONES ANUALES VALOR FOB US\$ POR PAÍS DE DESTINO									
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2016
1	España	701,971	1,370,692	1,946,512	1,584,619	922,306	468,208	425,724	319,914	25,635	11,804
2	Estados Unidos			6,030	15,420	54,891	14,165		25,474	38,163	
3	Chile										10,388
4	México			4,558							
5	Canadá					2,772					
6	Países Bajos				1,056						
TOTAL		701,971	1,370,692	1,957,099	1,601,095	979,969	482,374	425,724	345,388	63,797	22,192

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

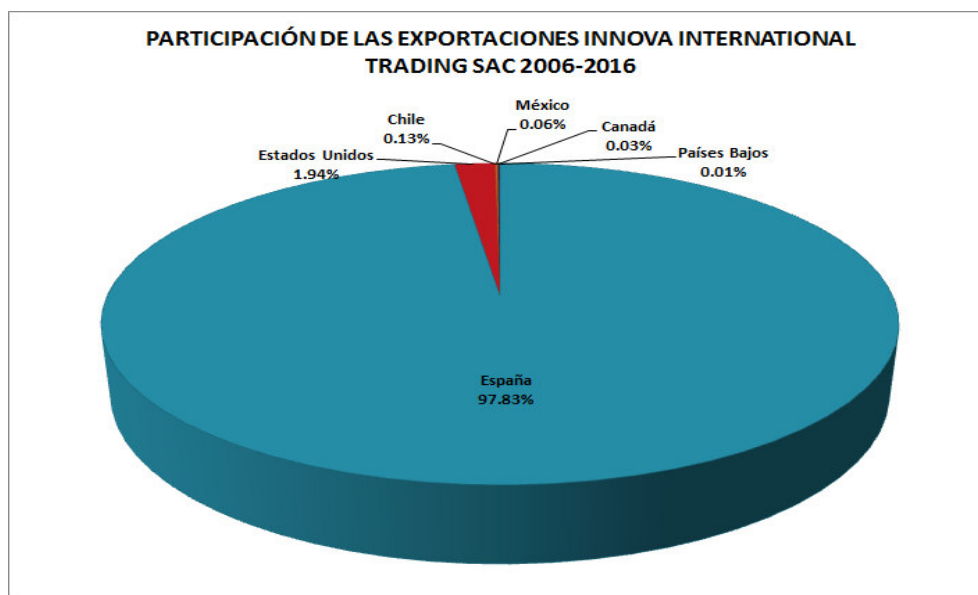
Gráfico 55: Exportaciones totales Innova International Trading SAC por año (Valor FOB US\$)



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Gráfico 56: Participación de las exportaciones Innova International Trading SAC por país de destino



Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

La empresa INNOVA INTERNATIONAL TRADING S.A.C., empezó su actividad el 02 de julio del año 2003, para el caso de estudio se ha tomado estadísticas a partir del año 2006, donde registra exportaciones a España. A lo largo de estos ONCE (11) años la empresa ha diversificado sus exportaciones en SEIS (06) países, siendo el año 2015 donde no registró exportaciones, sin embargo su participación en sus exportaciones se concentró con más del 97% en España, demostrando poca capacidad de diversificación en sus exportaciones, razón por la cual se generó una dependencia de este mercado. Asimismo, se observa que las exportaciones a España el año 2016 ha disminuido en 99% respecto al año 2008, de la misma forma, las exportaciones totales del año 2016 ha disminuido en el mismo porcentaje respecto al año 2008. Esta empresa se dedica a la exportación de diversas prendas de vestir, como por ejemplo; vestidos, chompas y chaquetas.

Para superar esta caída en sus exportaciones, la empresa debe reestructurar su oferta exportable e incrementar su volumen de exportación a los otros mercados y no depender de España.

Tal como indica el modelo de Uppsala planteado por Johanson y Vanlne, la internacionalización es un proceso gradual donde explican las características del proceso de internacionalización de una empresa y donde se indica que el compromiso internacional de las empresas aumentará a medida que aumenta el conocimiento de la empresa sobre los mercados extranjeros. Asimismo, menciona que las empresas, tratando de evitar riesgos e incertidumbres, iniciarán sus actividades comerciales internacionales, dirigiéndose sucesivamente a países con mayor distancia psíquica. Después de analizar las estadísticas de las CATORCE (14) Mypes, se observa el siguiente cuadro:

Cuadro 32: Principales mercados de destino por empresa

N°	EMPRESA	PRINCIPALES MERCADOS
1	TOM GUTIE COMPANY S.A.C.	Estados Unidos (54.32%)
2	INVERSIONES INDUSTRIALES PARACAS S.A.C.	Estados Unidos (86.55%)
3	PERÚ ETNICO S.A.C.	Estados Unidos (87.62%)
4	VENATOR S.A.C.	Estados Unidos (77.84%)
5	PRIMA EXIMPORT S.A.C.	Estados Unidos (98.10%)
6	ADRENALINA S.A.C.	Estados Unidos (79.35%)
7	ALANI E.I.R.L.	Estados Unidos (53.71%) y Francia (34.18%)
8	NAKAYAMA DEL PERU S.A.C.	Japón (100%)
9	FASHION COMPANY S.A.C.	Chile (100%)
10	T.J.C. PERU S.A	Chile (99%)
11	INNOVA INTERNATIONAL TRADING S.A.C.	España (97.83%)
12	ABLIMATEX EXPORT S.A.C.	Venezuela (44.79%), Ecuador (21.84%) y Estados Unidos (12.52%)
13	CORDITEX S.A.C.	Colombia (61%) y Ecuador (29%)
14	CANGALLO Y CIA. S.A	Argentina (43.05%), Estados Unidos (16.05%) y Chile (15.23%)

Elaboración. Propia

Fuente. Datos tomados de SUNAT

Del cuadro anterior, se observa que el 50% de empresas tienen como principal mercado de destino a Estados Unidos, 36% de empresas a países de región como Chile, Colombia, Ecuador y Argentina, 7% a España y 7% a Japón. En tal sentido, se puede determinar que los factores que impulsan exportar a los países de la región y a Estados Unidos son; idioma y cultura.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de investigación

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014) “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar la hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4). En tal sentido, la presente investigación está definida bajo el **enfoque cuantitativo**.

Bajo este enfoque cuantitativo, el tipo de investigación utilizado es **descriptivo y correlacional**, con un **diseño no experimental**.

Con respecto al tipo de **investigación descriptivo**, según Hernández et al (2014) refiere “únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas” (p. 92).

Con respecto al tipo de **investigación correlacional**, según (Hernández et al) “En este tipo de estudios, tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (p. 93).

Según (Hernández et al) “El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema” (p. 128).

En los diseños no experimentales, de acuerdo (Hernández et al):

Se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Asimismo, en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza” (p. 152).

La presente investigación se ha desarrollado con información estadística del sector Textil confecciones y las exportaciones de las Mypes exportadoras entre los años 2006 y 2016. Asimismo, mediante el cuestionario de preguntas se ha relacionado las variables.

3.2. Unidad de Análisis

De acuerdo al directorio del Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) del año 2016, del Mincetur, registran 229 Micro y pequeñas empresas exportadoras del sector textil confecciones y prendas de vestir de Lima Metropolitana. En tal sentido, la unidad de análisis se realizará en las Mypes que se encuentran con igual o mayor a CINCO (05) años de experiencia exportadora entre los años 2006 y 2016.

3.3. Población y muestra de la investigación

De acuerdo a (Hernández et al) “Un estudio no será mejor por tener una población más grande; la calidad de un trabajo investigativo estriba en delimitar claramente la población con base en el planteamiento del problema” (p. 174).

La población está conformada por 14 Mypes exportadoras del sector Textil confecciones y prendas de vestir que hayan exportado entre los años 2006 y 2016, asimismo, que hayan alcanzado el proceso de internacionalización a través de las exportaciones por un periodo no menor a CINCO (05) años. Esta población se ha tomado por conveniencia investigativa, porque son las más regulares en sus exportaciones, además sus estadísticas permiten evaluar indicadores como; tasa de crecimiento promedio (TCP), promedio de participación (PP), índice de la TCP y PP, y realizar la segmentación y priorización de mercados para determinar a qué mercados están exportando y recomendar la diversificación a mercados prometedores.

La muestra es No Probabilística o dirigida porque el trabajo investigativo se realiza en las 14 Mypes exportadoras de la población.

3.4. Técnicas de recolección de datos

El instrumento que se utilizó para la recolección y medición de datos es confiable y ha sido validado por el asesor de Tesis.

Para esta investigación, se utilizó un cuestionario de preguntas que se ha construido en base a los indicadores de las variables del problema de investigación; el resultado permitió procesar, analizar e interpretar los datos con facilidad.

3.5. Análisis e interpretación de la información

Aplicado el cuestionario de preguntas, se procedió a analizar e interpretar la información obtenida, para ello se hizo el uso de la estadística descriptiva y el programa estadístico SPSS.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

Para la confiabilidad del instrumento, se efectuó una encuesta piloto a 10 empresas con características parecidas a la muestra de estudio, obteniendo los siguientes resultados:

Cuadro 33: Estadísticos de fiabilidad

	N	%
Válidos	10	100,0
Casos Excluidos ^a	0	,0
Total	10	100,0
a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.		

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta piloto

Cuadro 34: Resumen de procesamiento de casos de fiabilidad

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
Barreras funcionales	0,888	14
Oferta exportable	0,827	13

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta piloto

Interpretación:

La confiabilidad del instrumento efectuada con el estadístico Alfa de Cronbach; resultó 0,89 para la variable barreras funcionales y 0,82 para la variable oferta exportable. Estos resultados nos indican que el instrumento tiene alta fiabilidad, por lo tanto, es aplicable al presente estudio.

4.1.1. Análisis descriptivo de la variable barreras funcionales

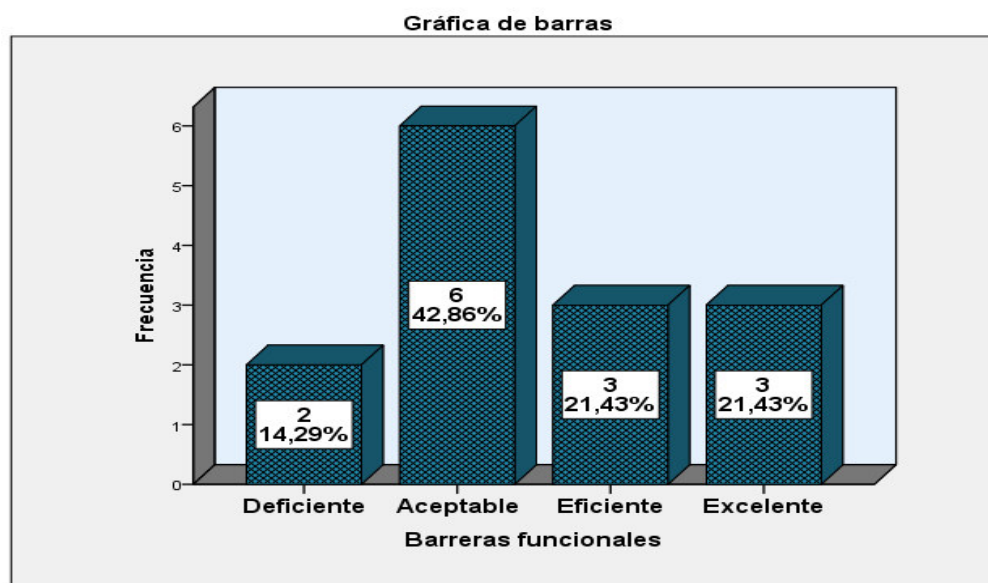
Cuadro 35: Tabla de frecuencias de la variable barreras funcionales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	2	14,3	14,3	14,3
Aceptable	6	42,9	42,9	57,1
Eficiente	3	21,4	21,4	78,6
Excelente	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 57: Variable barreras funcionales



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo de la variable barreras funcionales, se observa que, de acuerdo a la encuesta realizada, el 14,29% de las empresas exportadoras (2), son deficientes porque presentan mayores ineficiencias en las distintas áreas de la empresa tales como; recursos humanos, producción y finanzas. El 42,86% de las empresas exportadoras (6), son aceptables porque las áreas mencionadas cumplen su tarea, pero aún de manera deficiente. El 21,43% de las empresas (3) son eficientes, significa que las distintas funciones de la empresa han superado las ineficiencias de los recursos y capacidades de la empresa. El 21,43% de las empresas (3) son excelentes, porque las áreas tales como; recursos humanos, producción y finanzas realizan su trabajo de manera eficiente y sostenida en el tiempo.

En tal sentido, se concluye que el 57% de las empresas exportadoras (8), cuentan con limitaciones en las barreras funcionales porque tienen ineficiencias en las áreas tales como; recursos humanos, producción y finanzas. Mientras que, el 43% de las empresas exportadoras (6), han logrado superar las barreras funcionales.

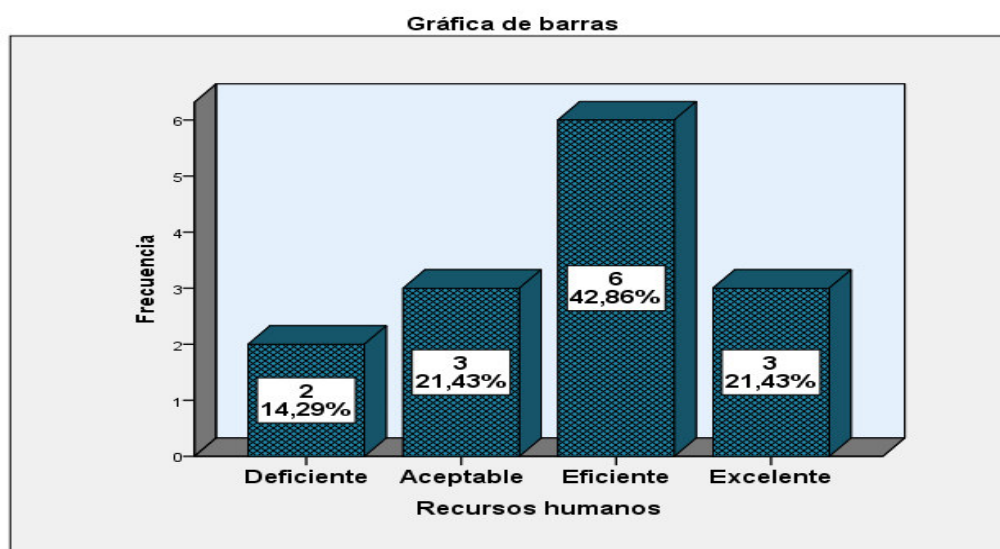
1. *Análisis descriptivo de la dimensión recursos humanos.*

Cuadro 36: Tabla de frecuencias de la dimensión recursos humanos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	2	14,3	14,3	14,3
Aceptable	3	21,4	21,4	35,7
Eficiente	6	42,9	42,9	78,6
Excelente	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 58: Dimensión recursos humanos

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo de la dimensión recursos humanos, se observa que, de acuerdo a la encuesta realizada, el 14,3% de las empresas exportadoras (2), son deficientes porque tienen una gestión limitada acerca de las oportunidades de negocios en el extranjero y porque cuentan con personal con poco conocimiento especializado para manejar las tareas de exportación y expansión en mercados extranjeros. El 21,4% de las empresas exportadoras (3), son aceptables porque presentan menos deficiencias en la gestión y en el manejo especializado de las exportaciones. El 42,9% de las empresas exportadoras (6) son eficientes, significa que las empresas realizan una gestión adecuada y cuentan con personal capacitado para el manejo de las exportaciones. El 21,4% de las empresas (3) son excelentes, en este caso, las empresas presentan una buena gestión en la actividad exportadora y cuentan con personal especializado y con experiencia en el manejo de las exportaciones y búsqueda de nuevos mercados.

2. Análisis descriptivo de la dimensión producción.

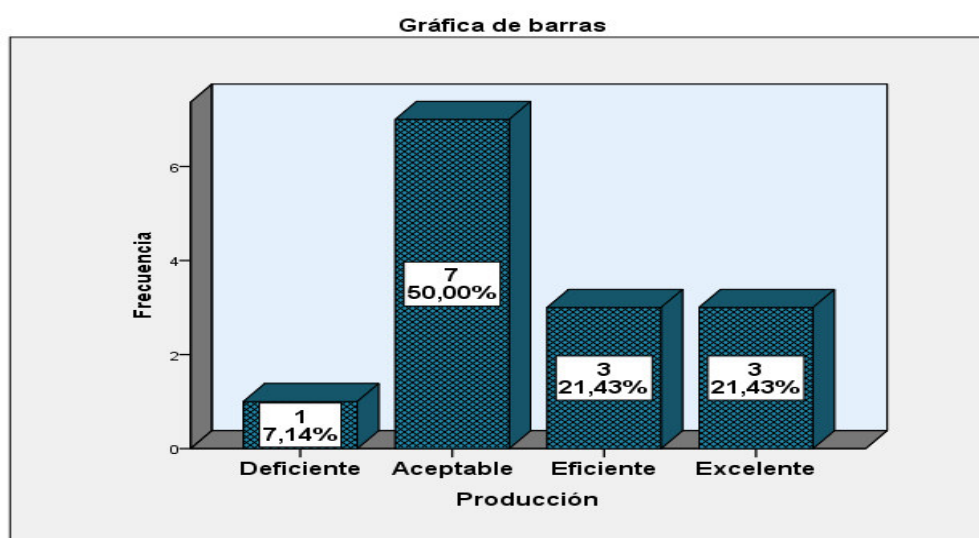
Cuadro 37: Tabla de frecuencias de la dimensión producción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	1	7,1	7,1	7,1
Aceptable	7	50,0	50,0	57,1
Eficiente	3	21,4	21,4	78,6
Excelente	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 59: Dimensión producción



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo de la dimensión producción, se observa que, de acuerdo a la encuesta realizada el 7,14% de las empresas exportadoras (1), son deficientes porque presentan mayores dificultades en lograr capacidad de producción en volumen y calidad por la poca inversión en maquinaria y tecnología. El 50% de las empresas exportadoras (7), son

aceptables porque presentan menos dificultades en lograr capacidad de producción en volumen y calidad. El 21,43% de las empresas exportadoras (3), son eficientes, significa que tienen pocas dificultades y han logrado tener capacidad en volumen de producción porque cuentan con insumos e inversión en maquinaria. El 21,43% de las empresas exportadoras (3) son excelentes, en este caso, las empresas han logrado superar en volumen de producción logrando estándares de calidad porque cuentan con insumos de calidad e inversión en maquinaria y tecnología.

3. Análisis descriptivo de la dimensión finanzas.

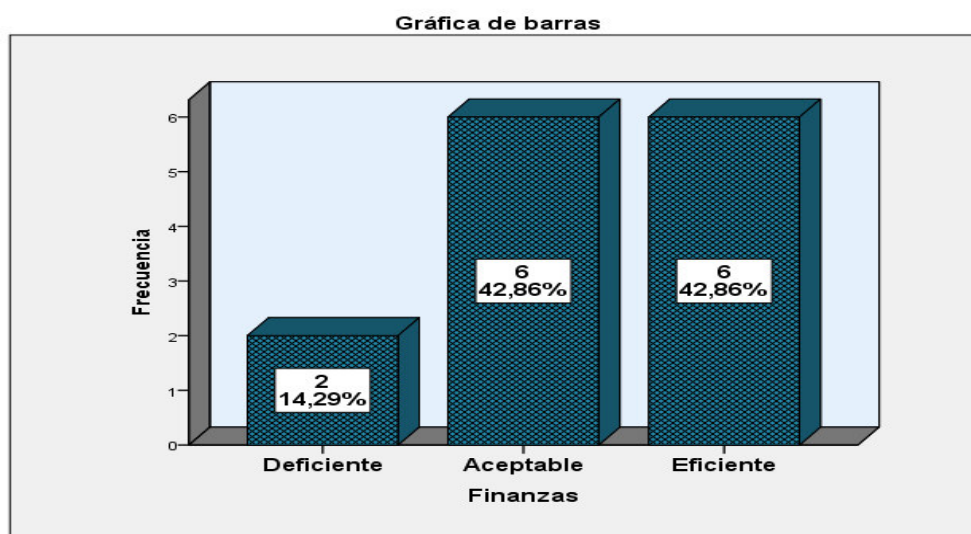
Cuadro 38: Tabla de frecuencias de la dimensión finanzas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	2	14,3	14,3	14,3
Aceptable	6	42,9	42,9	57,1
Eficiente	6	42,9	42,9	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 60: Dimensión finanzas



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

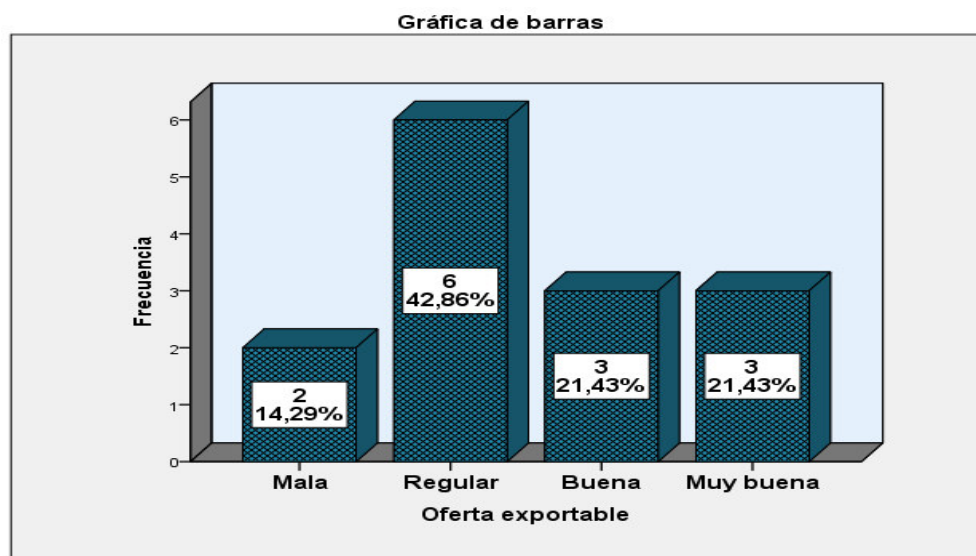
Respecto al análisis descriptivo de la dimensión finanzas, se observa que, de acuerdo a la encuesta realizada el 14,29% de las empresas exportadoras (2), son deficientes porque presentan mayores dificultades obtener capital de trabajo y financiar sus exportaciones, debido a la falta de adecuados créditos para financiar la actividad exportadora y además porque los costos financieros son altos. El 42,86% de las empresas exportadoras (6), son aceptables porque presentan menos dificultades para obtener capital de trabajo. El 42,86% de las empresas exportadoras (6), son eficientes, significa que tienen pocas dificultades en sus finanzas. Asimismo, se puede observar que no hay empresa en un nivel excelente.

4.1.2. Análisis descriptivo de la variable oferta exportable**Cuadro 39: Tabla de frecuencias de la variable oferta exportable**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	2	14,3	14,3	14,3
Regular	6	42,9	42,9	57,1
Buena	3	21,4	21,4	78,6
Muy buena	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 61: Variable oferta exportable

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo de la variable oferta exportable, se observa que, de acuerdo a la encuesta realizada el 14,29% de las empresas exportadoras (2), no cuentan con los volúmenes y las exigencias solicitadas por el importador por lo que se ha denominado una oferta exportable mala. El 42,86% de las empresas exportadoras (6), presentan una oferta exportable regular, debido a que los volúmenes y las exigencias no son constantes en el tiempo. El 21,43% de las empresas exportadoras (3), presentan una oferta exportable buena, debido a que estas empresas cuentan con volúmenes y exigencias de manera sostenible en el tiempo. Así mismo el 21,43% de las empresas exportadoras (3), presentan una oferta exportable muy buena, debido a que las empresas tienen capacidad física, capacidad económica, capacidad financiera y capacidad de gestión. Finalmente se puede concluir que el 57,15% de las empresas exportadoras, no tienen una oferta exportable adecuada, es decir, tienen limitaciones en su capacidad física, capacidad económica, capacidad financiera y capacidad de gestión. Los restantes 42,85% de las empresas exportadoras tienen una oferta exportable aceptable.

1. Análisis descriptivo de la dimensión capacidad física.

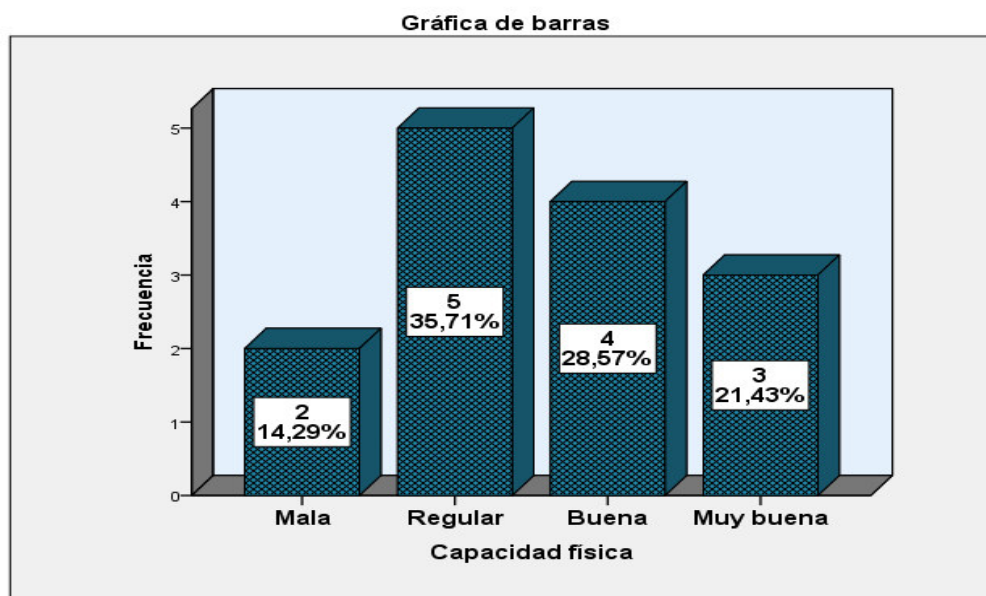
Cuadro 40: Tabla de frecuencias de la dimensión capacidad física

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	2	14,3	14,3	14,3
Regular	5	35,7	35,7	50,0
Buena	4	28,6	28,6	78,6
Muy buena	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 62: Dimensión capacidad física



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo de la dimensión capacidad física, se observa que, de acuerdo a la encuesta realizada el 14,29% de las empresas exportadoras (2), no cuentan volúmenes de exportación, insumos limitados y poca inversión en tecnología, en tal sentido, poca con capacidad instalada, por lo que estas empresas poseen una capacidad física mala. El 35,71% de

las empresas exportadoras (5), poseen una capacidad física regular, debido a que estas empresas han mejorado en su capacidad instalada. El 28,57% de las empresas exportadoras (4), poseen una capacidad física buena, debido a que su capacidad instalada es constante. El 21,43% de las empresas exportadoras (3), poseen una capacidad física muy buena debido a que su capacidad instalada es constante y creciente en el tiempo. Finalmente, se puede concluir que el 50% de las empresas exportadoras tienen capacidad física poco aceptable porque su capacidad instalada (insumos, volumen de producción y tecnología) no les permite cumplir la demanda de los importadores y los restantes 50% de las empresas exportadoras, si cuentan con una capacidad física y capacidad instalada aceptable.

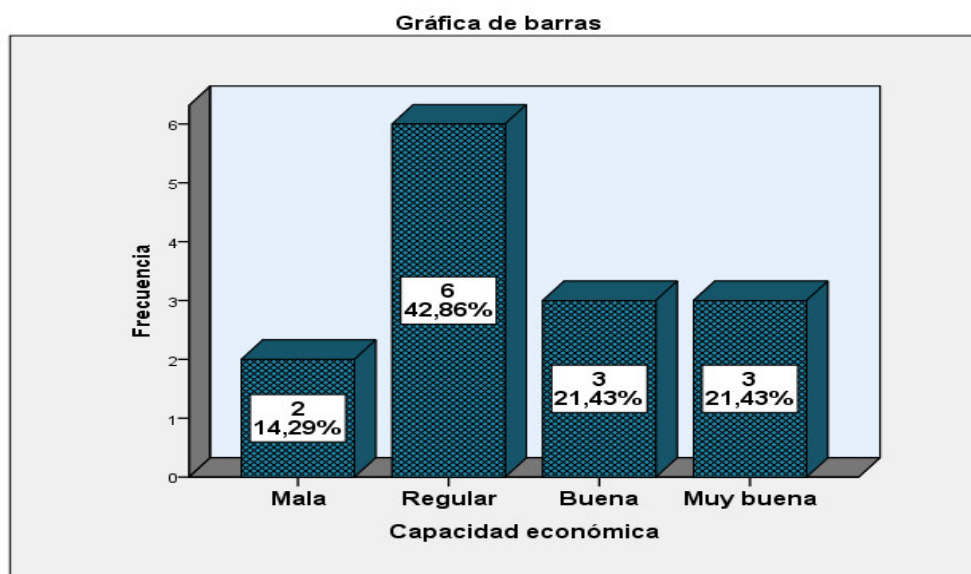
2. Análisis descriptivo de la dimensión capacidad económica.

Cuadro 41: Tabla de frecuencias de la dimensión capacidad económica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	2	14,3	14,3	14,3
Regular	6	42,9	42,9	57,1
Buena	3	21,4	21,4	78,6
Muy buena	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 63: Dimensión capacidad económica

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo de la dimensión capacidad económica, se observa que, de acuerdo a la encuesta realizada el 14,29% de las empresas exportadoras (2), no cuentan con la capacidad de solventar los costos de exportación con recursos propios, por lo que se ha denominado que poseen capacidad económica mala. El 42,86% de las empresas exportadoras (6), poseen capacidad económica regular para solventar los costos de exportación con recursos propios. El 21,43% de las empresas exportadoras (3), poseen capacidad económica buena. El 21,43% de las empresas exportadoras (3), poseen capacidad económica muy buena y se encuentran en entorno muy competitivo. Finalmente se puede concluir que el 57% de las empresas exportadoras no tienen posibilidad de solventar las actividades del proceso de exportación con recursos propios y los restantes 43% de las empresas podemos decir que cuentan con capacidad económica estable para la exportación.

3. Análisis descriptivo de la dimensión capacidad financiera.

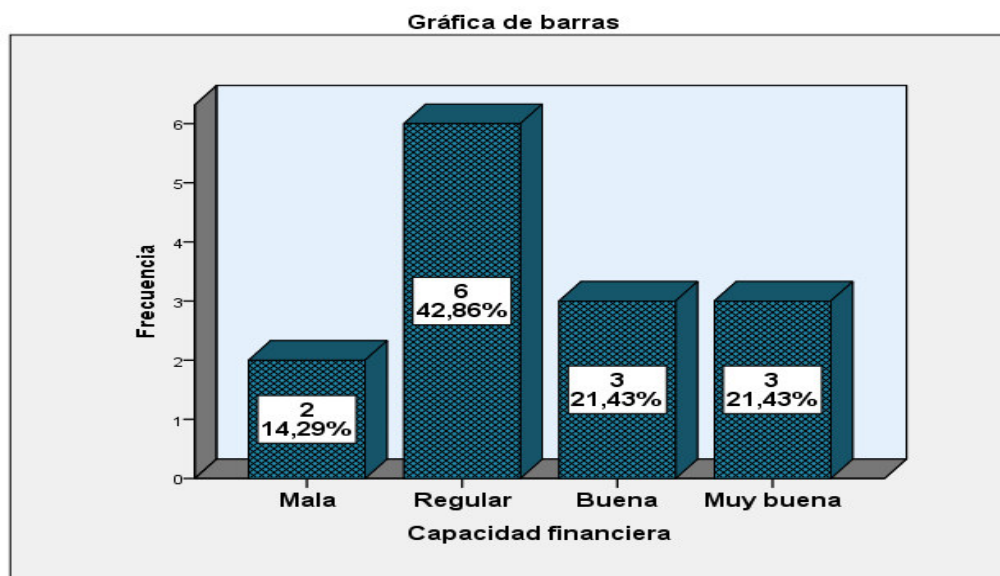
Cuadro 42: Tabla de frecuencias de la dimensión capacidad financiera

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	2	14,3	14,3	14,3
Regular	6	42,9	42,9	57,1
Buena	3	21,4	21,4	78,6
Muy buena	3	21,4	21,4	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 64: Dimensión capacidad financiera



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo de la dimensión capacidad financiera; se observa que, de acuerdo a la encuesta realizada el 14,29% de las empresas exportadoras (2), poseen poca capacidad para cubrir sus necesidades de recursos con endeudamiento o financiamiento bancario, por lo que se le ha

denominado, capacidad financiera mala. El 42,86% de las empresas exportadoras (6), poseen capacidad financiera regular. El 21,43% de las empresas exportadoras (3), poseen capacidad financiera buena porque tienen capacidad de endeudamiento. El 21,43% de las empresas exportadoras (3), poseen capacidad financiera muy buena porque las empresas tienen acceso a financiamiento bancario y capacidad de endeudamiento para cumplir con sus obligaciones. Finalmente, se concluye que el 57% de las empresas exportadoras tienen dificultades para acceder a endeudamientos con terceros y los restantes 43% de las empresas exportadoras, cuentan con capacidad financiera para la exportación.

4. Análisis descriptivo de la dimensión capacidad de gestión.

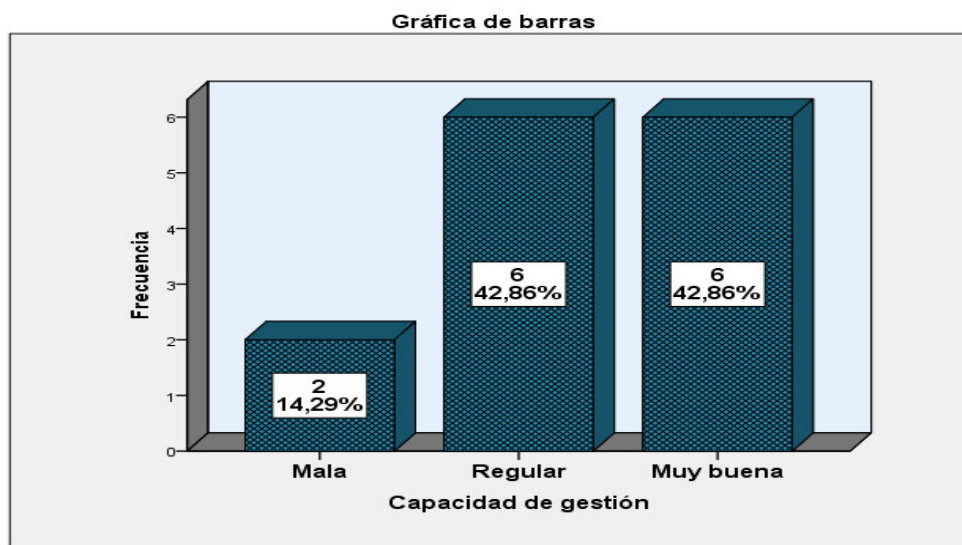
Cuadro 43: Tabla de frecuencias de la dimensión capacidad de gestión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mala	2	14,3	14,3	14,3
Regular	6	42,9	42,9	57,1
Muy buena	6	42,9	42,9	100,0
Total	14	100,0	100,0	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 65: Dimensión capacidad de gestión



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo de la dimensión capacidad de gestión, se observa que, de acuerdo a la encuesta realizada, el 14,29% de las empresas exportadoras (2), no han alcanzado posicionar su producto de manera competitiva en sus mercados de destino, debido a que no cuentan con personal capacitado e idóneo para implementar estrategias de internacionalización, por lo que se les ha denominado que poseen capacidad de gestión mala. El 42,86% de las empresas exportadoras (6), poseen capacidad de gestión regular. El 42,86% de las empresas exportadoras (6), poseen capacidad de gestión muy buena, debido a que estas empresas han posicionado su producto en el mercado internacional. Finalmente, se concluye que el 57% de las empresas exportadoras tienen capacidad de gestión en proceso, y los restantes 43% de las empresas exportadoras tienen capacidad de gestión aceptable debido a que han implementado una estrategia de internacionalización.

4.1.3. Análisis descriptivo de la opinión de expertos

1. Opinión de Gustavo Trujillo sobre barreras funcionales

Respecto a las barreras funcionales, la opinión de Trujillo (2018), Consultor Senior Economía, Gestión y Comercio Exterior (Columna de opinión e información), fue la siguiente:

Pregunta 1: ¿Los dueños o gerentes de la Mypes se encuentran capacitados para la actividad exportadora?

Respuesta1: Es importante tomar en cuenta la cronología del crecimiento o evolución de las Mypes en el Perú. Si bien es cierto actualmente éstas vienen siendo dirigidas (en mayoría) por la tercera generación empresarial, tomando en cuenta la generación de fundación o creación, es importante destacar que existe un conocimiento y toma de conciencia acerca de la importancia que el comercio internacional representa para desarrollo de las empresas.

En este contexto se evidencia que si existe la preocupación por parte de los que lideran las empresas pymes actualmente, sin embargo tomando en cuenta la priorización por la comercialización en el mercado local, puede que éste aspecto (actividad exportadora) aun no cuente con el debido desarrollo en las Mypes.

Pregunta 2: ¿Las Mypes cuentan con personal capacitado en negociar y comunicarse con clientes en el extranjero?

Respuesta 2: Tal como había mencionado anteriormente existe una valida preocupación y priorización por parte de los empresarios en el mercado nacional, el cual representa cerca del 70 al 80% del total de sus ventas totales.

Esta no priorización (de las exportaciones), definitivamente viene siendo acompañada por la falta de profesionales altamente capacitados para actividades del mercado internacional.

Pregunta 3: ¿Las Mypes cuentan con insumos, maquinaria y tecnología suficientes para elaborar sus productos para exportar?

Respuesta 3: Gracias al gran desarrollo comercial alcanzado durante la última década, los empresarios si han logrado dentro de sus posibilidades de incrementar producción. Durante los últimos 2 a 3 años nuestra economía viene desarrollando un estancamiento económico comercial, lo cual está dando como resultado un incremento de la capacidad productiva ociosa, la cual puede contar como alternativa a superar o emplear para los mercados internacionales.

Pregunta 4: ¿Las Mypes cuentan con estándares de calidad y volumen de producción para exportar?

Respuesta 4: Hablar de términos de calidad y volumen es quizás muy relativo, ya que estos factores dependen directamente del comportamiento de las exigencias de los mercados de destinos. Un claro ejemplo corresponde el mercado Europeo, donde gracias a exigencias de certificaciones, nuestros productos deben cumplir altos estándares de calidad.

Pregunta 5: ¿Las Mypes cuentan con capital de trabajo suficiente para la producción y exportación?

Respuesta 5: Tal como habíamos comentado, como consecuencia del estancamiento económico comercial que venimos afrontando internamente en nuestro país, existe una capacidad ociosa que puede ser fácilmente destinada a la exportación.

Pregunta 6: ¿La Mypes tienen acceso a créditos adecuados para asumir su actividad exportadora?

Respuesta 6: A lo largo de los años el gobierno ha venido desarrollando mecanismos y propuestas de apoyo en estos términos, sin embargo las necesidades de las Mypes y los mercados sufren variaciones constantes, lo

cual con lleva a que estos sean debidamente actualizados y afinados en sus objetivos.

2. Opinión de Yesenia Infantes sobre barreras funcionales

Respecto a las barreras funcionales, cabe precisar que la carta solicitando la entrevista fue dirigida a Igor Rojas, Coordinador General de Textiles y Confecciones de Promperú. En su reemplazo nos atendió Yesenia Infantes:

De acuerdo a la opinión de Infantes (2018), Especialista del Dpto. Industria de la Vestimenta y Decoración de PROMPERÚ-Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, fue la siguiente:

Pregunta 1: ¿Los dueños o gerentes de la Mypes se encuentran capacitados para la actividad exportadora?

Respuesta1: En mi opinión esto depende en el caso de Mypes con visión exportadora cuentan con esa preparación o se capacitan en ello previamente.

Pregunta 2: ¿Las Mypes cuentan con personal capacitado en negociar y comunicarse con clientes en el extranjero?

Respuesta 2: Es importante mencionar que muchos al inicio cuentan con personal externo capacitado, sin embargo con el tiempo y al tener una constante de producción esto se hace inhouse.

Pregunta 3: ¿Las Mypes cuentan con insumos, maquinaria y tecnología suficientes para elaborar sus productos para exportar?

Respuesta 3: Al ser microempresas muchas de ellas cuentan con la tecnología que le ofrece el mercado, pero al diversificar sus productos y mercados las empresas empiezan a adquirir máquinas que les faciliten y le den mejores acabados a sus prendas.

Pregunta 4: ¿Las Mypes cuentan con estándares de calidad y volumen de producción para exportar?

Respuesta 4: Las Mypes precisan de estar en constante preparación, y si al comienzo no cuenta con ello sin embargo estas empresas pasan un proceso de adaptación a las solicitudes del mercado.

Pregunta 5: ¿Las Mypes cuentan con capital de trabajo suficiente para la producción y exportación?

Respuesta 5: Depende del nivel de especialización que se requiera para cada área, y de no contar con ello las empresas instruyen a su personal en base a sus necesidades.

Pregunta 6: ¿Las Mypes tienen acceso a créditos adecuados para asumir su actividad exportadora?

Respuesta 6: Hay acceso a créditos, con interés elevado que no hacen factible para una microempresa, a pesar de ello las empresas están conociendo e informándose de nuevos fondos donde puede aplicar.

3. Opinión de Gustavo Trujillo sobre oferta exportable

Respecto a la oferta exportable la opinión de Trujillo (2018), fue la siguiente:

Pregunta 1: ¿Las Mypes del sector textil confecciones cuentan con Oferta Exportable?

Respuesta 1: Es realmente relativo aseverar que el total de las empresas de este sector cuentan con oferta exportable, sin embargo existen casos de Pymes del sector exportando, lo cual demuestra que han cumplido en contar con las capacidades físicas, económicas, financieras y de gestión.

Pregunta 2: ¿Qué porcentaje de su producción deberían exportar para decir que tienen Oferta Exportable?

Respuesta 2: El porcentaje promedio de exportación, con relación al total producido en una empresa peruana exportadora se encuentra fluctuando entre 15 a 20%. Sin embargo estas situación dependiendo de la línea o sector productivo al que pertenecen.

Pregunta 3: ¿De las cuatro capacidades de la Oferta Exportable, cuál sería el orden de prioridad de mayor a menor importancia para las Mypes?

Respuesta 3: Es difícil priorizar o resaltar más alguna de ellas, ya que las cuatro se encuentran fuertemente relacionadas e interactúan entre sí. El éxito radica en verlo como un sistema y no como deficiencias o ventajas de manera aisladas.

4. Opinión de Yesenia Infantes sobre oferta exportable

Respecto a la oferta exportable la opinión de Infantes (2018), fue la siguiente:

Pregunta 1: ¿Las Mypes del sector textil confecciones cuentan con Oferta Exportable?

Respuesta 1: Tenemos un universo variable, pero las que se orientan a la exportación deben de ajustarse a esta demanda y contar con oferta exportable.

Pregunta 2: ¿Qué porcentaje de su producción deberían exportar para decir que tienen Oferta Exportable?

Respuesta 2: Entiendo que esto no depende del % de producción, sino de los productos o líneas que desarrolle cumpla con los requerimientos que el mercado solicita.

Pregunta 3: ¿De las cuatro capacidades de la Oferta Exportable, cuál sería el orden de prioridad de mayor a menor importancia para las Mypes?

Respuesta 3: En mi opinión el puntaje menor es la capacidad de gestión, le sigue financiera, económica, y física.

4.1.4. Análisis descriptivo por objetivos

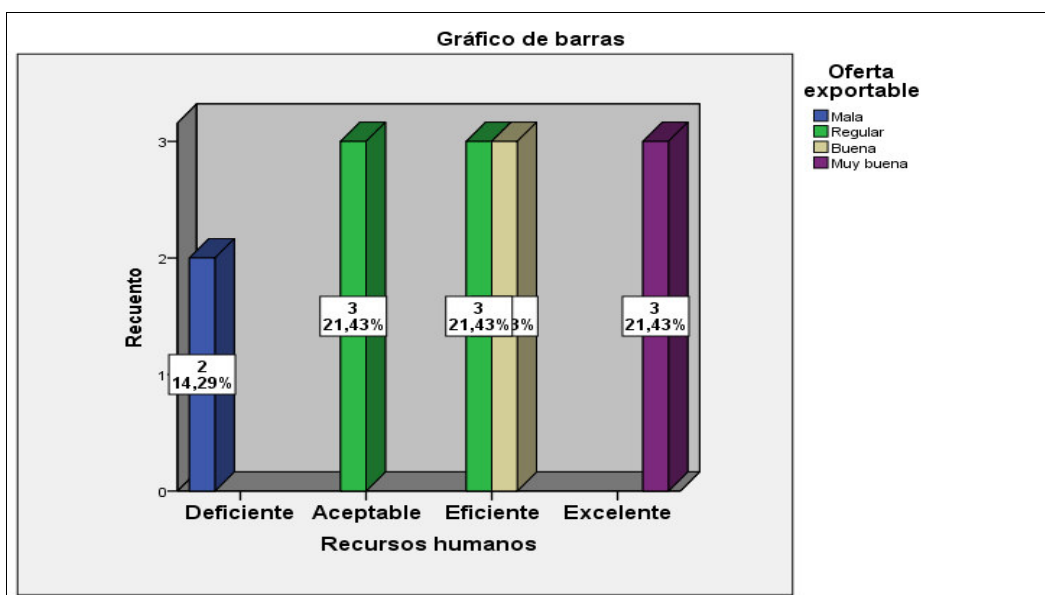
1. Análisis descriptivo del primer objetivo específico. Recursos humanos y oferta exportable

Cuadro 44: Tabla de relación entre recursos humanos y oferta exportable

			Oferta exportable				Total
			Mala	Regular	Buena	Muy buena	
Recursos humanos	Deficiente	Recuento	2	0	0	0	2
		% del total	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%
	Aceptable	Recuento	0	3	0	0	3
		% del total	0,0%	21,4%	0,0%	0,0%	21,4%
	Eficiente	Recuento	0	3	3	0	6
		% del total	0,0%	21,4%	21,4%	0,0%	42,9%
	Excelente	Recuento	0	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	21,4%	21,4%
	Total	Recuento	2	6	3	3	14
		% del total	14,3%	42,9%	21,4%	21,4%	100,0%

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 66: Relación entre recursos humanos y oferta exportable

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo del primer objetivo específico, se presentan los resultados de la relación entre recursos humanos y oferta exportable; según la encuesta efectuada a las empresas exportadoras, se observa que cuando recursos humanos de las empresas son deficientes, la oferta exportable de las empresas exportadoras es mala en 14,29%. Cuando los recursos humanos de las empresas son aceptables, la oferta exportable de las empresas es regular en un 21,43%. Cuando los recursos humanos de las empresas son eficientes la oferta exportable de las empresas es regular en 21,43% y buena en un 21,43%. Asimismo, cuando los recursos humanos de las empresas son excelentes, la oferta exportable de las empresas es muy buena en un 21,43%. Finalmente, se concluye que en 35,7% de las empresas exportadoras, las ineficiencias los recursos humanos se convierten en barreras funcionales, mientras que en el 64,3% de las empresas exportadoras, los recursos humanos son más eficientes y superan las barreras funcionales. Estos resultados nos permiten afirmar que las barreras funcionales que presentan los recursos humanos influyen en la reducción de la oferta exportable.

2. Análisis descriptivo del segundo objetivo específico. Producción y oferta exportable

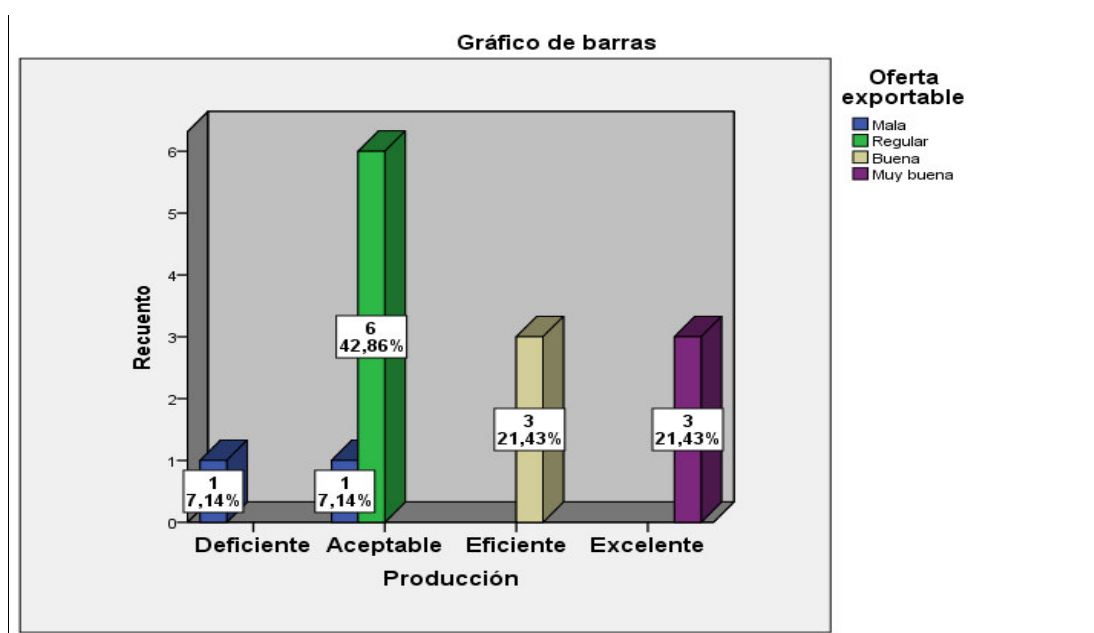
Cuadro 45: Tabla de relación entre producción y oferta exportable

			Oferta exportable				Total
			Mala	Regular	Buena	Muy buena	
Producción	Deficiente	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	7,1%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%
	Aceptable	Recuento	1	6	0	0	7
		% del total	7,1%	42,9%	0,0%	0,0%	50,0%
	Eficiente	Recuento	0	0	3	0	3
		% del total	0,0%	0,0%	21,4%	0,0%	21,4%
	Excelente	Recuento	0	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	21,4%	21,4%
Total	Recuento		2	6	3	3	14
	% del total		14,3%	42,9%	21,4%	21,4%	100,0%

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 67: Relación entre producción y oferta exportable



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo del segundo objetivo específico, se presentan los resultados de la relación entre producción y oferta exportable; según la encuesta efectuada a las empresas exportadoras, se observa que cuando la producción de las empresas exportadoras es deficiente, la oferta exportable de las empresas es mala en 7, 14%. Cuando la producción de las empresas es aceptable, la oferta exportable de las empresas es mala en 7,14% y regular en un 42,86%. De la misma forma, cuando la producción de las empresas es eficiente, la oferta exportable de las empresas es buena en un 21,43%. Asimismo, cuando la producción de las empresas es excelente, la oferta exportable de las empresas es muy buena en un 21,43%. Finalmente, se concluye que en 50% de las empresas exportadoras, la falta de capacidad de producción genera limitaciones convirtiéndose en barreras funcionales, mientras que en el 50% restante de las empresas exportadoras cuentan con capacidad de producción y por ende superan las barreras funcionales. Estos resultados nos permiten afirmar que las limitaciones que presentan las empresas en su producción, reducen la oferta exportable.

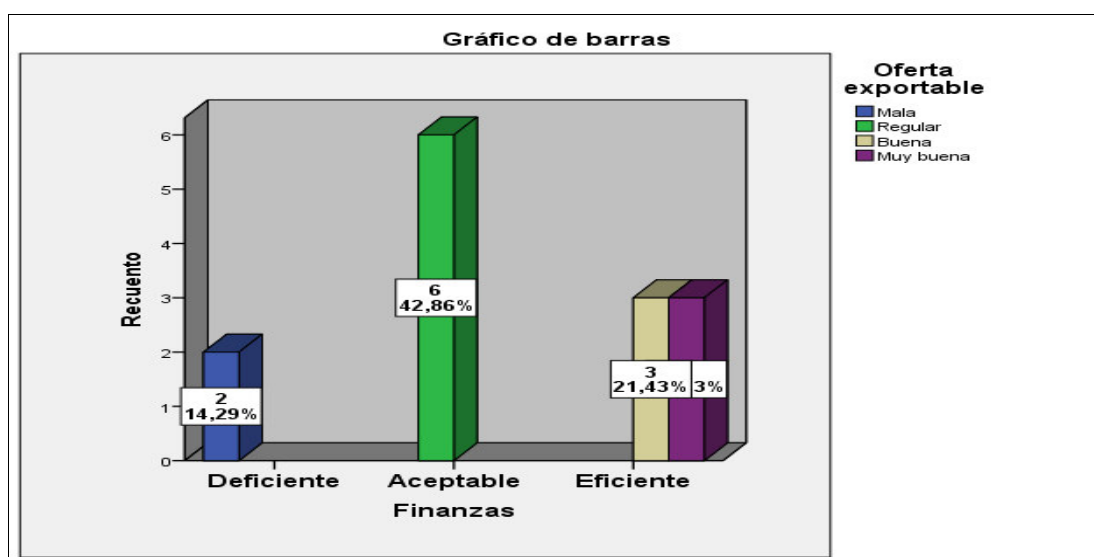
3. *Análisis descriptivo del tercer objetivo específico.* Las finanzas y la oferta exportable

Cuadro 46: Tabla de relación entre las finanzas y la oferta exportable

			Oferta exportable				Total
			Mala	Regular	Buena	Muy buena	
Finanzas	Deficiente	Recuento	2	0	0	0	2
		% del total	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%
	Aceptable	Recuento	0	6	0	0	6
		% del total	0,0%	42,9%	0,0%	0,0%	42,9%
	Eficiente	Recuento	0	0	3	3	6
		% del total	0,0%	0,0%	21,4%	21,4%	42,9%
	Total	Recuento	2	6	3	3	14
		% del total	14,3%	42,9%	21,4%	21,4%	100,0%

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 68: Relación entre las finanzas y la oferta exportable

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo del tercer objetivo específico, se presentan los resultados de la relación entre las finanzas y la oferta exportable; según la encuesta efectuada a las empresas exportadoras, se observa que cuando las finanzas de las empresas exportadoras son deficientes, la oferta exportable de las empresas es mala en 14,29%. Cuando las finanzas de las empresas son aceptables, la oferta exportable de las empresas es regular en un 42,86%. De la misma forma, cuando las finanzas de las empresas son eficientes, la oferta exportable de las empresas son buena en un 21,43% y muy buenas en 21,43%. Asimismo, no existen empresas con sus finanzas en la condición de excelente ni empresas con oferta exportable muy buena. Finalmente, se puede concluir que en 57,15% de las empresas exportadoras, los problemas relacionados a las finanzas generan limitaciones, mientras que en el 42,85% de las empresas exportadoras han superado los problemas financieros y por ende las barreras funcionales. Estos resultados nos permiten afirmar que las barreras funcionales que presentan las finanzas de las empresas, reducen la oferta exportable.

4. Análisis descriptivo del objetivo general. Barreras funcionales y oferta exportable

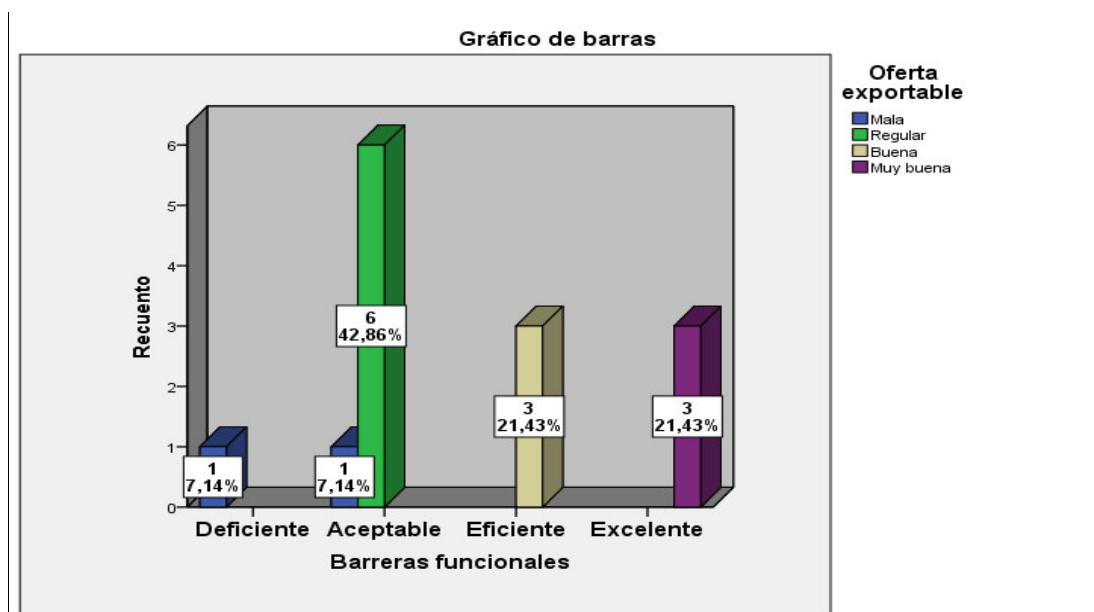
Cuadro 47: Tabla de relación entre barreras funcionales y oferta exportable

			Oferta exportable				Total
			Mala	Regular	Buena	Muy buena	
Barreras funcionales	Deficiente	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	7,1%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%
	Aceptable	Recuento	1	6	0	0	7
		% del total	7,1%	42,9%	0,0%	0,0%	50,0%
	Eficiente	Recuento	0	0	3	0	3
		% del total	0,0%	0,0%	21,4%	0,0%	21,4%
	Excelente	Recuento	0	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	21,4%	21,4%
Total	Recuento	2	6	3	3	14	
	% del total	14.3%	42.9%	21.4%	21.4%	100.0%	

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Gráfico 69: Relación entre barreras funcionales y oferta exportable



Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

Respecto al análisis descriptivo del objetivo general, se presentan los resultados de la relación entre las variables barreras funcionales y oferta exportable; según la encuesta efectuada a las empresas exportadoras, se observa que cuando las barreras funcionales de las empresas exportadoras son deficientes, la oferta exportable de las empresas son malas en 7, 14%. También, cuando las barreras funcionales de las empresas son aceptables, la oferta exportable de las empresas son malas en 7,14% y regulares en un 42,86%. Cuando las barreras funcionales de las empresas son eficientes, la oferta exportable de las empresas son buenas en un 21,43%. Asimismo, se puede observar que cuando las barreras funcionales de las empresas son excelentes, la oferta exportable de las empresas son muy buenas en un 21,43%. Finalmente, se puede concluir que en promedio 50% de las empresas exportadoras, las ineficiencias de las distintas funciones de la empresa generan limitaciones y por ende se convierten en barreras funcionales, mientras que el 50% restante de las empresas exportadoras cuentan con pocas limitaciones superando las barreras funcionales y contando con oferta exportable. Estos resultados nos permiten afirmar que las barreras funcionales que presentan las empresas exportadoras influyen negativamente en la oferta exportable y el proceso de internacionalización.

4.2. Prueba de hipótesis

4.2.1. Análisis inferencial

Para el análisis inferencial se utilizó el estadístico coeficiente de correlación de Spearman, cuyos valores de rango se muestra en la siguiente tabla:

Cuadro 48: Tabla de escala de valores de coeficiente de correlación de Spearman

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

4.2.2. Prueba de hipótesis específica 1

H0: Las deficiencias del personal no capacitado, en las áreas de Gerencia y Exportaciones, que enfrentan las Mypes del sector Textil, no influyen negativamente en la oferta exportable.

H1: Las deficiencias del personal no capacitado, en las áreas de Gerencia y Exportaciones, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.

Cuadro 49: Tabla de correlación Rho de Spearman: prueba de hipótesis específica 1

			Recursos humanos	Oferta exportable
Rho de Spearman	Recursos humanos	Coeficiente de correlación	1,000	0,901**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	14	14
	Oferta exportable	Coeficiente de correlación	0,901**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	14	14

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

El coeficiente de correlación Rho de Spearman resultó 0,901; indica que existe una correlación positiva muy alta entre los recursos humanos y oferta exportable. Como el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1); luego, hay evidencia estadística para afirmar que las deficiencias del personal no capacitado, en las áreas de Gerencia y Exportaciones, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.

4.2.3. Prueba de hipótesis específica 2

H0: La falta de capacidad de producción, por los escasos recursos utilizados, que enfrentan las Mypes del sector Textil, no influyen negativamente en la oferta exportable.

H1: La falta de capacidad de producción, por los escasos recursos utilizados, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.

Cuadro 50: Tabla de correlación Rho de Spearman: prueba de hipótesis específica 2

			Producción	Oferta exportable
Rho de Spearman	Producción	Coeficiente de correlación	1,000	,965**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	14	14
	Oferta exportable	Coeficiente de correlación	,965**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	14	14

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

El coeficiente de correlación Rho de Spearman resultó 0,965; indica que existe una correlación positiva muy alta entre la producción y oferta exportable. Como el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1); luego, hay evidencia estadística para afirmar que la falta de capacidad de producción, por los escasos recursos utilizados, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.

4.2.4. Prueba de hipótesis específica 3

H0: La escasez de capital de trabajo, por la poca capacidad de financiamiento, que enfrentan las Mypes del sector Textil, no influyen negativamente en la oferta exportable.

H1: La escasez de capital de trabajo, por la poca capacidad de financiamiento, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.

Cuadro 51: Tabla de correlación Rho de Spearman: prueba de hipótesis específica 3

			Finanzas	Oferta exportable
Rho de Spearman	Finanzas	Coeficiente de correlación	1,000	,967**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	14	14
	Oferta exportable	Coeficiente de correlación	,967**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	14	14

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

El coeficiente de correlación Rho de Spearman resultó 0,967; indica que existe una correlación positiva muy alta entre las finanzas y la oferta exportable. Como el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1); luego, hay evidencia estadística para afirmar que la escasez de capital de trabajo, por la poca capacidad de financiamiento, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.

4.2.5. Prueba de hipótesis general

H0: Las barreras funcionales, relacionadas a recursos humanos, producción y finanzas, que enfrentan las Mypes del sector Textil, no influyen negativamente en la oferta exportable.

H1: Las barreras funcionales, relacionadas a recursos humanos, producción y finanzas, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.

Cuadro 52: Tabla de correlación Rho de Spearman: prueba de hipótesis general

			Barreras funcionales	Oferta exportable
Rho de Spearman	Barreras funcionales	Coeficiente de correlación	1,000	,965**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	14	14
	Oferta exportable	Coeficiente de correlación	,965**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	14	14

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración. Propia SPSS

Fuente. Datos tomados de encuesta

Interpretación:

El coeficiente de correlación Rho de Spearman resultó 0,965; indica que existe una correlación positiva muy alta entre los recursos humanos y oferta exportable. Como el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1); luego, hay evidencia estadística para afirmar que las barreras funcionales, relacionadas a recursos humanos, producción y finanzas, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.

4.3. Presentación de resultados

- a. De los resultados obtenidos en la investigación, de acuerdo al coeficiente de correlación de Spearman que analiza la correlación y el nivel de significancia entre las dos variables, se demuestra que las barreras funcionales que enfrentan las CATORCE (14) Mypes exportadoras del sector Textil confecciones, influyen negativamente en la oferta exportable.
- b. Con relación a la primera hipótesis específica, se comprueba que: las deficiencias del personal no capacitado, en las áreas de gerencia y exportaciones, que enfrentan las Mypes del sector Textil confecciones, influyen negativamente en la oferta exportable.
- c. Con relación a la segunda hipótesis específica, se comprueba que: la falta de capacidad de producción, por los escasos recursos utilizados, que enfrentan las Mypes del sector Textil confecciones, influyen negativamente en la oferta exportable.
- d. Con relación a la tercera hipótesis específica, se comprueba que: la escasez de capital de trabajo, por la poca capacidad de financiamiento, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable

CONCLUSIONES

Considerando los resultados obtenidos de las CATORCE (14) Mypes exportadoras del sector Textil confecciones, podemos afirmar lo siguiente:

1. Las deficiencias de las distintas funciones de la empresa como son las áreas de recursos humanos, producción y finanzas, generan limitaciones en el 50% de las Mypes exportadoras y por ende se convierten en barreras funcionales que afectan a la oferta exportable, mientras que en el 50% restante, cuentan con pocas limitaciones superando las barreras funcionales y obteniendo mejores resultados en su oferta exportable.
2. Las deficiencias en el área de recursos humanos, como es el personal no capacitado en gerencia y exportaciones, generan limitaciones en el 35,7% de las Mypes exportadoras y por ende se convierten en barreras funcionales que afectan a la oferta exportable, mientras que en el 64,3% restante, son más eficientes y superan las barreras funcionales obteniendo una mejor oferta exportable.
3. La falta de capacidad de producción por los escasos recursos utilizados generan limitaciones en el 50% de las Mypes exportadoras y por ende se convierten en barreras funcionales que afectan a la oferta exportable, mientras que en el 50% restante, cuentan mayor capacidad de producción superando las barreras funcionales y obteniendo mejores resultados en la oferta exportable.
4. La escasez de capital de trabajo por la poca capacidad de financiamiento generan limitaciones en el 57,15% de las Mypes exportadoras y por ende se convierten en barreras funcionales que afectan a la oferta exportable, mientras que en el 42,85% restante, han superado los problemas financieros obteniendo mejores resultados en la oferta exportable.

RECOMENDACIONES

1. Con la finalidad de mejorar en la gestión en las Mypes exportadoras del sector Textil confecciones, los gerentes y personal asignado al área de exportaciones, deben contar con capacitaciones y especializaciones en temas relacionados al comercio exterior e inteligencia comercial internacional para una mejor internacionalización de las Mypes y mejor diversificación de mercados internacionales, de esta forma fortalecer la oferta exportable.
2. Con la finalidad de mejorar en la capacidad de producción de las Mypes exportadoras del sector Textil confecciones y contar con volúmenes de exportación y de calidad, de acuerdo a las exigencias del mercado internacional, las empresas deben invertir en insumos de calidad, maquinaria y tecnología para un buen acabado de sus productos y cumplir con los estándares de calidad requerido por los importadores, de esta forma los productos de exportación son competitivos en el mercado internacional y permiten obtener una mejor oferta exportable.
3. Con la finalidad de mejorar la capacidad de financiamiento en las Mypes exportadoras del sector Textil confecciones y cumplir con los requerimientos solicitados por el importador, las empresas deben obtener capital de trabajo y financiamiento a sus exportaciones con adecuados créditos otorgados por el gobierno o bancos privados con experiencia internacional, de esta forma las Mypes pueden competir en el mercado internacional y mejorar la oferta exportable.
4. Con la finalidad de contar con personal capacitado y especializado en exportaciones, obtener productos que cumplen con estándares internacionales y gestionar eficientemente los créditos y capital de trabajo, las Mypes exportadoras del sector Textil confecciones, deben trabajar conjuntamente con las universidades, específicamente con las carreras de Negocios Internacionales, Ingeniería Industrial y contabilidad-finanzas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carbaugh, R. (2009). Relaciones de Comercio Internacional. En *Economía Internacional* (12a. edición ed.). México, D.F.: Cengage Learning Editores.
- Escandón, D., Ayala, A., y Caicedo, M. (2013). Influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacioales. 38-55.
- Gestión*. (2014). Recuperado el 11 de noviembre de 2017, de <https://gestion.pe/economia/3-6-mypes-formales-capacidad-exportar-productos-7521?ref=gesr>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta. edición ed.). México D.F.: McGRAW-HILL / Interamericana Editores.
- Hill, C. (2011). Política económica del comercio internacional. En *Negocios Internacionales. Competencia en el mercado global* (8va edición ed.). México, D.F.: McGRAW-HILL/Interamericana Editores.
- Hurtado, N. (2000). *Las pymes y el proceso de internacionalización: factores determinantes de su actitud frente a la exportación*. (Tesis para optar el grado de doctor), Universidad de Granada, España.
- Infantes, Y. (2018). Barreras Funcionales que enfrentan las Mypes exportadoras del sector textil confecciones y de qué manera influyen en la Oferta Exportable. (R. Macha, Entrevistador)
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization of the firma Model of knowledge development and increasing foreign market commitmnents. *Journal of International Business Studies*, 8 (1), pp. 23-32.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40, 1411-1421.
- Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm-four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12.
- Krugman, P., Obstfeld, M., y Melitz, M. (2012). Comercio Mundial: una visión general. En *Economía Internacional: Teoría y Política* (9na edición ed.). Madrid, España: Pearson Educación.
- Leonidou, L. (2004). An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development. *Journal of Small Business Management*, 42(3), 279-302.

- Ley N° 28015 (2003). Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.
- Ley N° 1086 (2008). Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.
- Ley N° 30056 (2013). Ley de modifica diversas Leyes para facilitar, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.
- Linklader, D., y Osterlin, O. (2015). *Experiencias de Comercio Exterior. Casos 100% peruanos* (1ra edición ed.). Lima, Perú: Fondo empresarial Universidad de Lima.
- Malca, O., y Rubio, J. (2014). *Obstáculos a la actividad exportadora: Encuesta a las empresas exportadoras del Perú*. (Centro de Investigación Universidad del Pacífico-CIUP) , Universidad del Pacífico , Lima.
- Mataveli, L. (2014). *La internacionalización de las empresas en Brasil. La elección de un banco para superar las barreras a la exportación y dinamizar el nivel de internacionalización de la empresa*. (Tesis para optar el grado de doctor), Universidad de la Rioja, España.
- Mincetur. (2013). El ABC del Comercio Exterior. *Guía Práctica del Exportador, III*.
- Mundo Empresarial. (2016). Recuperado el 4 de noviembre de 2017, de <http://www.mundoempresarial.pe/empresas-mundo-empresarial/1153-al-menos-us-1-200-millones-facturarian-exportaciones-textiles-y-confecciones-en-peru.html>
- Ortega, A., y Espinoza, J. (2015). *Plan de Internacionalización Empresarial. Manual Práctico* (1ra ed.). Madrid, España: Esic Editorial.
- Paredes, B. (2017). *Análisis de la competitividad empresarial y su incidencia en el mercado internacional del consorcio textil Titicaca Puno, periodo 2014-2015*. (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración), Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- PENX. (2003-2013). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Recuperado el 10 de enero de 2018, de <https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/plan-estrategico-nacional-exportador/penx-2003-2013/>
- PENX. (2025). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Recuperado el 10 de enero de 2018, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf

- PRODUCE. (2016). *Ministerio de la Producción. Anuario Estadístico Industrial, Mipyme y Comercio Interno*. Recuperado el 13 de enero de 2018, de http://ogeiee.produce.gob.pe/images/ooo/Anuario%20Estad%20C3%ADstico%202016_2.pdf
- SNI. (2012). *Sociedad Nacional de Industrias*. Recuperado el 4 de noviembre de 2017, de http://www2.sni.org.pe/servicios/publicaciones/download/Industria_Peruana_872.pdf
- SUNAT. (2006-2016). *Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria*. Recuperado el 05 de enero de 2018, de http://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo_web/web_estadistica.htm
- Tabares, S., Anzo, E., y Estrada, L. M. (2014). La cooperación internacional en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas de Medellín: un estudio de caso comparado. *Estudios Gerenciales*, 30(132), 314-324.
- Tello, S. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *LEX*, 14, doi: <http://dx.doi.org/10.21503/lex.v12i14.623>.
- Trujillo, G. (2018). Barreras Funcionales que enfrentan las Mypes exportadoras del sector textil confecciones y de qué manera influyen en la Oferta Exportable. (R. Macha, Entrevistador)

ANEXO 1

Lima, 10 de enero de 2018

Señor

Dr. Julio Alberto Hennings Otoyá

PRESENTE

ASUNTO: Validación de Instrumentos

Yo, Roberto Macha Huamán, identificado con DNI N° 07500952, egresado de la maestría en Comercio Internacional y Aduanas, con código de alumno N° 14117473; solicito a usted su opinión profesional para VALIDAR los instrumentos de mi proyecto de investigación titulado:

**BARRERAS A LA EXPORTACIÓN Y EL PROCESO DE
INTERNACIONALIZACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE LA MYPES
EXPORTADORAS DEL SECTOR TEXTIL DE LIMA METROPOLITANA 2006-
2016**

Para lo cual acompaño:

1. Matriz de consistencia del proyecto.
2. Instrumento de validación de contenido, del cuestionario de Barreras Funcionales de la Mypes
3. Instrumento de validación de contenido, del cuestionario de Oferta Exportable

Por la atención que genere la presente, anticipadamente le expreso mi agradecimiento y estima personal.

Atentamente.

Nombres y Apellidos	: Roberto Macha Huamán
Teléfono	: 997534175
E-mail	: robertomachahm@gmail.com

ANEXO 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: BARRERAS A LA EXPORTACIÓN Y EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE LA MYPES EXPORTADORAS DEL SECTOR TEXTIL DE LIMA METROPOLITANA 2006-2016

DEL SECTOR TEXTIL DE LIMA METROPOLITANA 2008-2010									
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES									
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE: BARRERAS FUNCIONALES (LEONIDOU L.C., 2004)						
Problema principal	Objetivo principal	Hipótesis principal	BARRERAS FUNCIONALES	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	ÍTEM	ESCALA
¿Las barreras funcionales que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable?	Determinar de qué manera las barreras funcionales que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable.	Las barreras funcionales, relacionadas a recursos humanos, producción y finanzas, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.		Para (Leonidou L.C., 1995), Leonidou L.C., 2004). Las barreras a la exportación se refieren a todas aquellas limitaciones que dificultan la capacidad de la empresa para iniciar, desarrollar, o para sostener las operaciones comerciales en los mercados extranjeros. Asimismo, las barreras internas están asociadas a la influencia de los recursos y capacidades organizacionales de la empresa (Jesfom & Lutz, 2006).	Para Leonidou L.C., An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development, 2004). Las barreras funcionales se refieren a las ineficiencias de las distintas funciones de la empresa con respecto a la exportación. Por ejemplo, en recursos humanos, producción y finanzas	Recursos Humanos	Poco interés del Gerente en la actividad exportadora.	1	Likert
							Desconocimiento del Gerente acerca de las oportunidades de negocio en el extranjero.	2	Likert
							Falta de conocimiento especializado en el personal asignado para las exportaciones.	3	Likert
							Falta de experiencia en el manejo del trámite documentario para realizar exportaciones.	4	Likert
							Dificultad en el idioma para comunicarse con clientes en el extranjero.	5	Likert
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos				Producción	Poca inversión en maquinaria y tecnología para productos de exportación.	6	Likert
¿Las deficiencias del recurso humano asignado a gestionar las exportaciones que enfrentan las MYPES del sector Textil, reducen la oferta exportable?	Determinar de qué manera las deficiencias del recurso humano asignado a gestionar las exportaciones que enfrentan las MYPES del sector Textil, reducen la oferta exportable.	Las deficiencias del personal no capacitado, en las áreas de Gerencia y Exportaciones que enfrentan las MYPES del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.					Limitados insumos de calidad para productos de exportación.	7	Likert
							Falta de capacidad en volumen de producción para exportación.	8	Likert
							Dificultad en lograr estándares de calidad de productos para exportación.	9	Likert
							Poco capital de trabajo para financiar exportaciones.	10	Likert
							Desconocimiento de los recursos financieros que deben destinarse a la actividad exportadora.	11	Likert
							Falta de adecuados créditos para financiar la actividad exportadora.	12	Likert
							Falta de bancos locales con experiencia internacional.	13	Likert
							Altos costos financieros.	14	Likert

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS		VARIABLE DEPENDIENTE: OFERTA EXPORTABLE (MINCETUR)					
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	ÍTEM	ESCALA
¿La falta de capacidad de producción que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable?	Determinar de qué manera la falta de capacidad de producción que enfrentan las Mypes del sector Textil, reducen la oferta exportable.	La falta de capacidad de producción, por los escasos recursos utilizados, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.	OFERTA EXPORTABLE	De acuerdo a (Mincetur). El tener una oferta exportable no sólo significa, como muchos piensan, que se debe contar con los volúmenes solicitados por el importador o con un producto acorde con las exigencias del mercado de destino, sino que implica mucho más. Las empresas deben contar con cuatro componentes s que se encuentran interrelacion ados	Capacidad física: Está referida a la capacidad instalada, considerando insumos, tecnología y volúmenes de producción. Capacidad económica: Se refiere a la posibilidad de solventar la actividad de exportación y el costo que implica este proceso. Capacidad financiera: Se entiende por ésta a la alternativa de cubrir una necesidad de recursos a través de endeudamiento con terceros. Capacidad de gestión: Es el grado que se debe alcanzar para posicionar un producto de manera competitiva en el mercado internacional, para implementar una estrategia de internacionaliza ción.	Capacidad física	La empresa cuenta con insumos suficientes para exportar.	1	Likert
							La empresa cuenta con la maquinaria y tecnología necesaria.	2	Likert
							La empresa cuenta volúmenes de producción suficientes.	3	Likert
¿Las finanzas que enfrentan las MYPEs del sector Textil, reducen la oferta exportable?	Determinar de qué manera finanzas que enfrentan las MYPEs del sector Textil, reducen la oferta exportable.	La escasez de capital de trabajo, por la poca capacidad de financiamiento, que enfrentan las Mypes del sector Textil, influyen negativamente en la oferta exportable.				Capacidad económica	La empresa invierte en base a recursos propios (sin necesidad de créditos bancarios u otras entidades financieras).	4	Likert
							La empresa cuenta con local o locales propios.	5	Likert
							La empresa es solvente.	6	Likert
						Capacidad financiera	La empresa tiene acceso a financiamiento bancario.	7	Likert
							La empresa tiene capacidad de endeudamiento.	8	Likert
							La empresa tiene liquidez para cumplir sus obligaciones financieras.	9	Likert
						Capacidad de Gestión	La empresa cuenta con personal capacitado e idóneo para implementar estrategias de internacionalización.	10	Likert
							La empresa cuenta con personal con dominio del idioma Inglés.	11	Likert
							El producto de la empresa es competitivo a nivel internacional.	12	Likert
							El precio del producto es competitivo a nivel internacional.	13	Likert

ANEXO 3

TÍTULO: "Barreras a la exportación y el proceso de internacionalización desde la perspectiva de las Mypes exportadoras del sector textil de Lima Metropolitana 2006-2016"

Autor: Macha Huamán Roberto

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Muy Malo 0 – 20%				Malo 21 – 40%				Regular 41 – 60%				Bueno 61 – 80%				Muy Bueno 81 – 100%			
		0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	66-70	71-75	76-80	81-85	86-90	91-95	96-100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.															x					
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en estándares observables.																x				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.															x					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.															x					
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.															x					
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de Barreras funcionales de las Mypes																x				
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos – Internacionalización de las Pymes															x					
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores.															x					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.															x					
10. PERTINENCIA	Oportunidad, adecuación y conveniencia.															x					

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

...Pertinente.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

76

Lugar y Fecha: ...UNMSM, 22-01-2018.,

Firma del Experto Informante
DNI. N°.....08806920.....Telf. N°....99008-2408.....

ANEXO 4

TÍTULO: "Barreras a la exportación y el proceso de internacionalización desde la perspectiva de las Mypes exportadoras del sector textil de Lima Metropolitana 2006-2016"

Autor: Macha Huamán Roberto

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Muy Malo 0 – 20%				Malo 21 – 40%				Regular 41 – 60%				Bueno 61 – 80%				Muy Bueno 81 – 100%			
		0-5	6-10	11-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	66-70	71-75	76-80	81-85	86-90	91-95	96-100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.															x					
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en estándares observables.															x					
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.															x					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																x				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.															x					
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de Oferta Exportable															x					
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos – Internacionalización de las Pymes															x					
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores.															x					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																x				
10. PERTINENCIA	Oportunidad, adecuación y conveniencia.																x				

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

.....Pertinente.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

76

Lugar y Fecha: ... UNMSM, 22-01-2018.

Firma del Experto Informante
DNI. N°...08806920...Telf. N°...99008-2408....

ANEXO 5

CUESTIONARIO 1

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca de las "Barreras a la exportación y el proceso de internacionalización desde la perspectiva de las Mypes exportadoras del sector textil de Lima Metropolitana 2006-2016".

INSTRUCCIONES:

Marcar con un aspa (X) la alternativa que Ud. Crea conveniente. Se le solicita responder con la mayor sinceridad posible. Totalmente de acuerdo (5) – De acuerdo (4) – Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo (3) - En desacuerdo (2) – Totalmente en desacuerdo (1)

BARRERAS FUNCIONALES DE LAS MYPES						
1. Recursos Humanos		Escala				
		1	2	3	4	5
01.	Poco Interés del Gerente en la actividad exportadora.					
02.	Desconocimiento del Gerente acerca de las oportunidades de negocio en el extranjero.					
03.	Falta de conocimiento especializado en el personal asignado para las exportaciones.					
04.	Falta de experiencia en el manejo del trámite documentario para realizar exportaciones.					
05.	Dificultad en el idioma para comunicarse con clientes en el extranjero.					
2. Producción		Escala				
06.	Poca inversión en maquinaria y tecnología para productos de exportación.					
07.	Limitados insumos de calidad para productos de exportación.					
08.	Falta de capacidad en volumen de producción para exportación.					
09.	Dificultad en lograr estándares de calidad de productos para exportación.					
3. Finanzas		Escala				
10.	Poco capital de trabajo para financiar exportaciones.					
11.	Desconocimiento de los recursos financieros que deben destinarse a la actividad exportadora.					
12.	Falta de adecuados créditos para financiar la actividad exportadora.					
13.	Falta de bancos locales con experiencia internacional.					
14.	Altos costos financieros.					

ANEXO 6

CUESTIONARIO 2

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca de las barreras a la exportación y el proceso de internacionalización, desde la perspectiva de las Mypes exportadoras del sector textil de Lima Metropolitana 2006-2016.

INSTRUCCIONES:

Marcar con un aspa (X) la alternativa que Ud. crea conveniente. Se le solicita responder con la mayor sinceridad posible. Totalmente de acuerdo (5) – De acuerdo (4) – Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo (3) – En desacuerdo (2) – Totalmente en desacuerdo (1)

OFERTA EXPORTABLE						
1. Capacidad física		Escala				
		1	2	3	4	5
01.	La empresa cuenta con insumos insuficientes para exportar.					
02.	La empresa no cuenta con la maquinaria y tecnología necesaria.					
03.	La empresa no cuenta volúmenes de producción suficientes.					
2. Capacidad económica		Escala				
04.	La empresa no invierte en base a recursos propios (tiene necesidad de créditos bancarios u otras entidades financieras).					
05.	La empresa no cuenta con local o locales propios.					
06.	La empresa no es solvente.					
3. Capacidad financiera		Escala				
07.	La empresa tiene acceso limitado a financiamiento bancario.					
08.	La empresa tiene poca capacidad de endeudamiento.					
09.	La empresa tiene poca liquidez para cumplir sus obligaciones financieras.					
4. Capacidad de gestión		Escala				
10.	La empresa no cuenta con personal capacitado e idóneo para implementar estrategias de internacionalización.					
11.	La empresa cuenta con personal con poco dominio del idioma inglés.					
12.	El producto de la empresa es poco competitivo a nivel internacional.					
13.	El precio del producto es poco competitivo a nivel internacional.					

ANEXO 7

Lima, 06 de febrero de 2018

Señor

MBA. Gustavo Trujillo Benguer

Consultor Senior Economía, Gestión y Comercio Exterior (Columna de opinión e información)

Igor Rojas

Coordinador General de Textiles y Confecciones Promperú.

PRESENTE**ASUNTO: Opinión de expertos**

El presente formato tiene como objetivo recoger opiniones de expertos a cerca de las Barreras Funcionales que enfrentan las Mypes exportadoras del sector textil confecciones y de qué manera influyen en la Oferta Exportable.

Su opinión y sugerencia constituirá valioso elemento de juicio que me permitirá complementar mi trabajo de investigación.

Instrucciones

A continuación se presenta las preguntas por variable:

A. BARRERAS FUNCIONALES

Según Leonidou (2004), las barreras funcionales se refieren a las ineficiencias de las distintas funciones de la empresa, tales como recursos humanos, producción y finanzas, con respecto a la exportación.

Al respecto:

1. ¿Los dueños o gerentes de la Mypes se encuentran capacitados para la actividad exportadora?
2. ¿Las Mypes cuentan con personal capacitado en negociar y comunicarse con clientes en el extranjero?
3. ¿Las Mypes cuentan con insumos, maquinaria y tecnología suficientes para elaborar sus productos para exportar?

4. ¿Las Mypes cuentan con estándares de calidad y volumen de producción para exportar?
5. ¿Las Mypes cuentan con capital de trabajo suficiente para la producción y exportación?
6. ¿La Mypes tienen acceso a créditos adecuados para asumir su actividad exportadora?

B. OFERTA EXPORTABLE

De acuerdo Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), El tener una oferta exportable no sólo significa, como muchos piensan, que se debe contar con los volúmenes solicitados por el importador o con un producto acorde con las exigencias del mercado de destino, sino que implica mucho más. Las empresas deben contar con cuatro componentes que se encuentran interrelacionados: (El ABC del Comercio Exterior, Guía Práctica del Exportador Volumen III, 2013).

- a. Capacidad física
 - b. Capacidad económica
 - c. Capacidad financiera
 - d. Capacidad de gestión
1. ¿Las Mypes del sector textil confecciones cuentan con Oferta Exportable?
 2. ¿Qué porcentaje de su producción deberían exportar para decir que tienen Oferta Exportable?
 3. ¿De las cuatro capacidades de la Oferta Exportable, cuál sería el orden de prioridad de mayor a menor importancia para las Mypes?